




3 1761 11633881 5









Digitized by the Internet Archive  
in 2023 with funding from  
University of Toronto

<https://archive.org/details/31761116338815>









Catalogue no. 63-005-XPB

# Retail Trade

January 2000

N° 63-005-XPB au catalogue

# Commerce de détail

Janvier 2000

Government  
Publications

275



Statistics  
Canada

Statistique  
Canada

Canada



## How to obtain more information

Specific inquiries about this product and related statistics or services should be directed to: Marketing and Client Services Section, Distributive Trades Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (telephone: (613) 951-3549) or toll free at 1 877 421-3067).

For information on the wide range of data available from Statistics Canada, you can contact us by calling one of our toll-free numbers. You can also contact us by e-mail or by visiting our Web site.

National inquiries line	1 800 263-1136
National telecommunications device for the hearing impaired	1 800 363-7629
Depository Services Program inquiries	1 800 700-1033
Fax line for Depository Services Program	1 800 889-9734
E-mail inquiries	infostats@statcan.ca
Web site	www.statcan.ca

## Ordering and subscription information

This product, Catalogue no. 63-005-XPB, is published monthly as a standard printed publication at a price of CDN \$21.00 per issue and CDN \$206.00 for a one-year subscription. The following additional shipping charges apply for delivery outside Canada:

	Single issue	Annual subscription
United States	CDN \$ 6.00	CDN \$72.00
Other countries	CDN \$ 10.00	CDN \$120.00

This product is also available in electronic format on the Statistics Canada Internet site as Catalogue no. 63-005-X1B at a price of CDN \$16.00 per issue and CDN \$155.00 for a one-year subscription. To obtain single issues or to subscribe, visit our Web site at [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca), and select Products and Services.

All prices exclude sales taxes.

The printed version of this publication can be ordered by

- Phone (Canada and United States) 1 800 267-6677
- Fax (Canada and United States) 1 877 287-4369
- E-mail [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca)
- Mail Statistics Canada  
Dissemination Division  
Circulation Management  
120 Parkdale Avenue  
Ottawa, Ontario K1A 0T6
- And, in person at the Statistics Canada Reference Centre nearest you, or from authorised agents and bookstores.

When notifying us of a change in your address, please provide both old and new addresses.

## Standards of service to the public

Statistics Canada is committed to serving its clients in a prompt, reliable and courteous manner and in the official language of their choice. To this end, the Agency has developed standards of service which its employees observe in serving its clients. To obtain a copy of these service standards, please contact Statistics Canada toll free at 1 800 263-1136.

## Comment obtenir d'autres renseignements

Toute demande de renseignements au sujet du présent produit ou au sujet de statistiques ou de services connexes doit être adressée à : Section du marketing et service à la clientèle, Division de la statistique du commerce, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (téléphone : (613) 951-951-3549) ou sans frais au 1 877 421-3067).

Pour obtenir des renseignements sur l'ensemble des données de Statistique Canada qui sont disponibles, veuillez composer l'un des numéros sans frais suivants. Vous pouvez également communiquer avec nous par courriel ou visiter notre site Web.

Service national de renseignements	1 800 263-1136
Service national d'appareils de télécommunications pour les malentendants	1 800 363-7629
Renseignements concernant le Programme des bibliothèques de dépôt	1 800 700-1033
Télécopieur pour le Programme des bibliothèques de dépôt	1 800 889-9734
Renseignements par courriel	infostats@statcan.ca
Site Web	www.statcan.ca

## Renseignements sur les commandes et les abonnements

Le produit n° 63-005-XPB au catalogue est publié mensuellement en version imprimée standard et est offert au prix de 21 \$ CA l'exemplaire et de 206 \$ CA pour un abonnement annuel. Les frais de livraison supplémentaires suivants s'appliquent aux envois à l'extérieur du Canada :

	Exemplaire	Abonnement annuel
États-Unis	6 \$ CA	72 \$ CA
Autres pays	10 \$ CA	120 \$ CA

Ce produit est aussi disponible sous forme électronique dans le site Internet de Statistique Canada, sous le n° 63-005-X1B au catalogue, et est offert au prix de 16 \$ CA l'exemplaire et de 155 \$ CA pour un abonnement annuel. Les utilisateurs peuvent obtenir des exemplaires ou s'abonner en visitant notre site Web à [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca) et en choisissant la rubrique Produits et services.

Les prix ne comprennent pas les taxes de ventes.

La version imprimée peut être commandée par

- Téléphone (Canada et États-Unis) 1 800 267-6677
- Télécopieur (Canada et États-Unis) 1 877 287-4369
- Courriel [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca)
- Poste Statistique Canada  
Division de la diffusion  
Gestion de la circulation  
120, avenue Parkdale  
Ottawa (Ontario) K1A 0T6
- En personne au bureau régional de Statistique Canada le plus près de votre localité ou auprès des agents et librairies autorisés.

Lorsque vous signalez un changement d'adresse, veuillez nous fournir l'ancienne et la nouvelle adresse.

## Normes de service à la clientèle

Statistique Canada s'engage à fournir à ses clients des services rapides, fiables et courtois, et ce, dans la langue officielle de leur choix. À cet égard, notre organisme s'est doté de normes de service à la clientèle qui doivent être observées par les employés lorsqu'ils offrent des services à la clientèle. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec Statistique Canada au numéro sans frais 1 800 263-1136.





Statistics Canada  
Distributive Trades Division  
Retail Financial Section

# Retail Trade

January 2000

Statistique Canada  
Division de la statistique du commerce  
Section du commerce de détails financiers

# Commerce de détail

Janvier 2000

Published by authority of the Minister  
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 2000

All rights reserved. No part of this publication  
may be reproduced, stored in a retrieval system or  
transmitted in any form or by any means, electronic,  
mechanical, photocopying, recording or otherwise  
without prior written permission from Licence  
Services, Marketing Division, Statistics Canada,  
Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

March 2000

Catalogue no. 63-005-XPB, Vol. 72, No. 1  
ISSN 0380-6146

Frequency: Monthly

Catalogue no. 63-005-XIB, Vol. 72, No. 1  
ISSN 1488-0008

Ottawa

Publication autorisée par le ministre  
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 2000

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire  
ou de transmettre le contenu de la présente publication,  
sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit,  
enregistrement sur support magnétique, reproduction  
électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou  
de l'emmagasiner dans un système de recouvrement,  
sans l'autorisation écrite préalable des Services de  
concession des droits de licence, Division du  
marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario,  
Canada K1A 0T6.

Mars 2000

N° 63-005-XPB au catalogue, vol. 72, n° 1  
ISSN 0380-6146

Périodicité : mensuelle

N° 63-005-XIB au catalogue, vol. 72, n° 1  
ISSN 1488-0008

Ottawa

## Note of appreciation

*Canada owes the success of its statistical system  
to a long-standing partnership between Statistics  
Canada, the citizens of Canada, its businesses,  
governments and other institutions. Accurate and  
timely statistical information could not be produced  
without their continued cooperation and goodwill.*

## Note de reconnaissance

*Le succès du système statistique du Canada repose  
sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada  
et la population, les entreprises, les administrations  
canadiennes et les autres organismes. Sans cette  
collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible  
de produire des statistiques précises et actuelles.*

## Symbols

The following standard symbols are used in this Statistics Canada publication:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

### NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

### A NOTE ON CANSIM

All current and historical statistics on Retail Trade (Matrix Nos. 2299, 2397-2416 and 2418-2420), as well as many other series are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian - Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printout, or in machine readable form. For further information, contact the Cansim staff or Dissemination Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (telephone (613) 951-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- **F. Maranda**, Director, Distributive Trades Division
- **R. Lussier**, Assistant Director, Distributive Trades Division
- **B. Meyer**, Chief, Retail Financial Section, Distributive Trades Division
- **P. Gratton**, Senior Economist, Retail Financial Section, Distributive Trades Division

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences - Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 - 1984.



## Signes conventionnels

Les signes conventionnels suivants sont employés uniformément dans cette publication de Statistique Canada :

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

### NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

### NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système Canadien d'information socio-économique) fournit au public toutes les statistiques actuelles et historiques sur le Commerce de détail (matrice nos 2299, 2397-2416 et 2418-2420), et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports ordinolingués. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de CANSIM de la Division de la diffusion, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone (613) 951-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de :

- **F. Maranda**, directeur, Division de la statistique du commerce
- **R. Lussier**, directeur adjoint, Division de la statistique du commerce
- **B. Meyer**, chef, section du commerce de détails financiers, Division de la statistique du commerce
- **P. Gratton**, économiste principal, Section du commerce de détails financiers, Division de la statistique du commerce

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'American National Standard for Information Sciences "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 1984.





## TABLE OF CONTENTS

	PAGE
Highlights	v
Charts	vii
For Further Reading	ix

## Table

1. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	2
2. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	4
3. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)	6
4. Retail Trade Sample Response Fraction and Coefficient of Variation (Current Periods)	22
5. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	24
6. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	26
7. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Current Periods)	28
8. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Historical Estimates)	28
9. Retail Sales, Current and Constant (1992) Dollar Estimates	30

## Appendix

I. Definitions	33
II. Trade Group Coverage	34

## TABLE DES MATIÈRES

	PAGE
Faits saillants	v
Graphiques	vii
Lectures suggérées	ix

## Tableau

1. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	2
2. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	4
3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)	6
4. Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation (périodes courantes)	22
5. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	24
6. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	26
7. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)	28
8. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)	28
9. Ventes au détail, estimations en dollars courants et constants (1992)	30

## Appendice

I. Définitions	33
II. Couverture des groupes de commerce	34

## Note to users

Monthly estimates (unadjusted data) for four metropolitan areas (Montreal, Toronto, Winnipeg and Vancouver) can be tabulated by trade group and are available for purchase. For information on metropolitan area estimates, contact the Marketing and Client Services Section at (613) 951-3549 or toll free at 1-877-421-3067.

Users interested in acquiring further information relating to the methodology, seasonal adjustment and data reliability of this survey may consult the February 1999 issue (containing revisions to the previous year) of this publication or contact the Marketing and Client Services Section.

## Notes aux utilisateurs

Les estimations mensuelles (non désaisonnalisées) pour les quatre régions métropolitaines (Montréal, Toronto, Winnipeg et Vancouver) par groupe de commerce sont disponibles pour achat. Pour plus de renseignements sur les régions métropolitaines, communiquez avec la Section du marketing et services à la clientèle au (613) 951-3549 ou sans frais au 1-877-421-3067.

Les utilisateurs qui sont intéressés d'obtenir plus de renseignements concernant la méthodologie, la désaisonnalisation et la fiabilité des données de cette enquête peuvent consulter le numéro de février 1999, de cette publication (incluant les révisions de l'année précédente) ou communiquer avec la Section du marketing et services à la clientèle.



## Highlights

Retail sales totalled \$22.6 billion in January, unchanged from December 1999. Sales had advanced 2.1 % in December from November. January receipts were 6.7 % greater than those of January 1999.

Strong gains in general merchandise and clothing stores offset large declines in stores that may have had their December sales buoyed by millennial festivities or Y2K concerns.

Retail sales have generally been advancing strongly since early 1996, except for a period of weaker gains in the spring and summer of 1998.

### Sales down in January following Y2K transition

Concern over potential Y2K problems and millennial festivities were partly responsible for advances in several retail industries in December and subsequent retreats in January. The largest January declines were in food stores (-4.0 %), liquor, wine and beer stores (-5.9 %) and automotive parts, accessories and service stores (-2.7 %).

January's drop in food store sales followed a 2.0 % advance in December. Supermarkets and grocery stores lost more ground than did specialized food stores (-4.2 % and -2.6 %, respectively). Despite these setbacks, food store sales have been increasing since the spring of 1996.

After posting large advances in the last three months of 1999, sales in liquor, wine and beer stores fell sharply in January (-5.9 %). However, sales in liquor, wine and beer stores have been rising since the summer of 1996.

### General merchandise stores post large increase

The general merchandise sector posted its largest increase in 12 months in January, up 3.8 %. Strong advances were observed both in department stores (+5.0 %) and in other general merchandise stores (+2.2 %). This brought sales in general merchandise stores to a level slightly higher than the previous peak in September 1999, before the store closures resulting from restructuring in the department store industry. However, department store sales remained 3.5 % below the peak observed in August 1999.

With the exception of a pause in the spring of 1998, sales in general merchandise stores rose constantly from early 1996 until the closing of Eaton's stores in the fall of 1999.

## Faits saillants

Les ventes au détail sont restées inchangées en janvier par rapport au mois précédent, s'établissant à 22,6 milliards de dollars. La progression des ventes au détail avait été de 2,1 % en décembre. Les ventes au détail ont augmenté de 6,7 % comparativement à janvier 1999.

Les gains importants affichés par les magasins de marchandises diverses et de vêtements ont neutralisé la forte baisse enregistrée dans des magasins dont les ventes de décembre ont pu être rehaussées par les festivités entourant le nouveau millénaire ou l'inquiétude au sujet du bogue de l'an 2000.

De façon générale, les ventes au détail progressent à un bon rythme depuis le début de 1996, à l'exception d'une période de gains plus faibles survenue au printemps et à l'été 1998.

### Conséquence du passage au nouveau millénaire: les ventes en baisse en janvier

L'inquiétude au sujet du bogue de l'an 2000 et les festivités entourant le nouveau millénaire expliquent en partie les gains affichés dans un certain nombre de secteurs des ventes au détail en décembre et les baisses subséquentes de janvier. Les plus fortes baisses en janvier ont touché les magasins d'alimentation (-4,0 %), les magasins de spiritueux, de vin et de bière (-5,9 %) et les détaillants de pièces, d'accessoires et de services pour véhicules automobiles (-2,7 %).

Le recul des ventes des magasins d'alimentation affiché en janvier faisait suite à un gain de 2,0 % en décembre. Les supermarchés et les épiceries ont connu une baisse plus importante que les magasins d'alimentation plus spécialisés (baisse de 4,2 % et de 2,6 % respectivement). Malgré cette diminution enregistrée en janvier, les ventes des magasins d'alimentation augmentent depuis le printemps 1996.

Après la forte progression observée au cours des trois derniers mois de 1999, les ventes des magasins de spiritueux, de vin et de bière ont nettement baissé en janvier (-5,9 %). Malgré cette diminution, les ventes des magasins de spiritueux, de vin et de bière progressent depuis l'été 1996.

### Hausse importante affichée par les magasins de marchandises diverses

Le secteur des marchandises diverses a enregistré sa plus forte augmentation depuis douze mois en janvier (+3,8 %). On a observé une forte progression dans les grands magasins (+5,0 %) et les autres magasins de marchandises diverses (+2,2 %). Les ventes des magasins de marchandises diverses ont ainsi légèrement dépassé le sommet antérieur atteint en septembre 1999, avant la fermeture de magasins dans le cadre de la restructuration du secteur des grands magasins. Les ventes des grands magasins sont restées inférieures de 3,5 % au sommet observé en août 1999.

Exception faite pour la pause constatée au printemps 1998, les ventes des magasins de marchandises diverses ont progressé du début de 1996 à la fermeture des magasins Eaton à l'automne 1999.

Sales in clothing stores were stronger in January (+2.7%), following a smaller advance in December (+0.8%). Although erratic through most of 1999, clothing store sales have generally been rising since the start of 1996.

Furniture store sales continued to advance in January (+2.1%). This followed a 1.2% increase in December. Consumers have been increasing their spending in furniture stores since the spring of 1996.

Advancing sales by motor and recreational vehicle dealers (+0.5%) and gasoline service stations (+0.3%) offset the declines posted by automotive parts, accessories and service stores, leaving the automotive sector unchanged. Sales in this sector have been rising since the spring of 1997, and more strongly since the fall of 1998.

Drug stores posted marginal increases in January (+0.3%). Spending in drug stores has generally been rising since the spring of 1997.

#### **Sales advance in few provinces**

Increasing sales in Newfoundland (+1.3%), Quebec (+0.8%) and New Brunswick (+0.6%) and a marginal improvement in Ontario (+0.1%) offset declines in all other provinces.

Quebec posted the largest dollar-value increase in sales in January, with advances in all sectors except food and clothing stores. Retail sales in Quebec have been rising since the summer of 1998, except for a slowdown in the first half of 1999. Recent strength in retail sales has come from advances in the automotive and furniture sectors.

The declining sales in the four western provinces followed strong advances in December. Setbacks in all of these provinces were largely a result of lower sales in food stores. Sales in all of these provinces have generally been increasing for most of 1999; Alberta has seen the strongest gains.

#### **Related indicators**

In February, total employment rose 0.2%, continuing the advance that began three years ago. Early indicators suggest a decline in the number of new motor vehicles sold in February. The number of housing starts rose 11.9% in February.

Les ventes des magasins de vêtements ont connu une forte hausse en janvier (+2,7 %) après l'augmentation plus modeste de décembre (+0,8 %). Les ventes des magasins de vêtements, malgré une évolution plutôt irrégulière en 1999, progressent de façon générale depuis le début de 1996.

Les ventes des magasins de meubles ont poursuivi leur tendance à la hausse en janvier (+2,1 %). L'accroissement des ventes avait été de 1,2 % en décembre. Les dépenses des consommateurs dans les magasins de meubles augmentent depuis le printemps 1996.

La progression des ventes des concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs (+0,5 %) et des stations-service (+0,3 %) a neutralisé la baisse affichée par les détaillants de pièces, d'accessoires et de services pour véhicules automobiles, les ventes dans le secteur de l'automobile restant ainsi inchangées. Celles-ci progressent depuis le printemps 1997, les hausses étant plus importantes depuis l'automne 1998.

Les pharmacies ont affiché une faible augmentation en janvier (+0,3 %). Les ventes des pharmacies progressent de façon générale depuis le printemps 1997.

#### **Progression des ventes dans quelques provinces**

Les ventes accrues à Terre-Neuve (+1,3 %), au Québec (+0,8 %) et au Nouveau-Brunswick (+0,6 %) et une faible amélioration du chiffre des ventes en Ontario (+0,1 %) ont neutralisé les baisses constatées dans toutes les autres provinces.

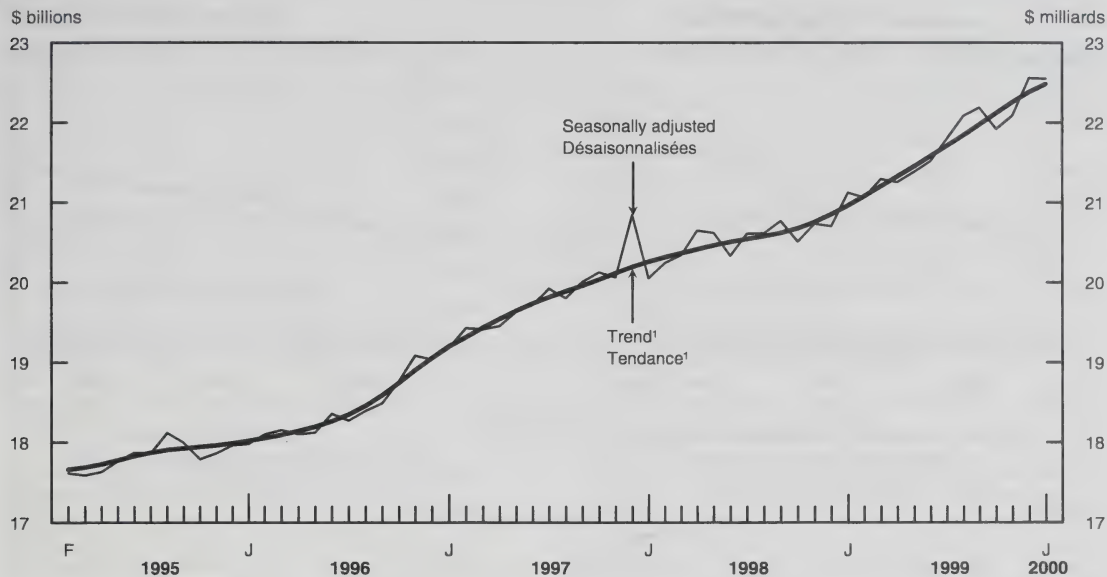
En janvier, c'est au Québec qu'a été enregistrée la plus forte augmentation des ventes (valeur en dollars), tous les secteurs sauf les magasins d'alimentation et de vêtements ayant progressé. Les ventes au détail progressent au Québec depuis l'été 1998, exception faite pour le ralentissement de la première moitié de 1999. Le récent dynamisme des ventes au détail provient des hausses constatées dans les secteurs de l'automobile et des meubles.

La baisse des ventes dans les quatre provinces de l'Ouest, en janvier, a fait suite à une forte hausse en décembre. Le recul des ventes dans toutes ces provinces est largement attribuable à une diminution des ventes des magasins d'alimentation. De façon générale, les ventes dans toutes ces provinces ont progressé en 1999, les gains les plus importants ayant été observés en Alberta.

#### **Indicateurs connexes**

En février, le nombre total d'emplois a augmenté de 0,2 %, la progression entamée il y a trois ans se poursuivant. Les premiers indicateurs indiquent une baisse du nombre de véhicules automobiles neufs vendus en février. Le nombre de mises en chantier a augmenté de 11,9 % en février.

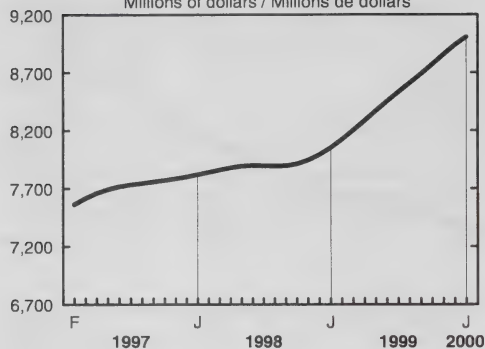


**Canada Ventes au détail – Canada**

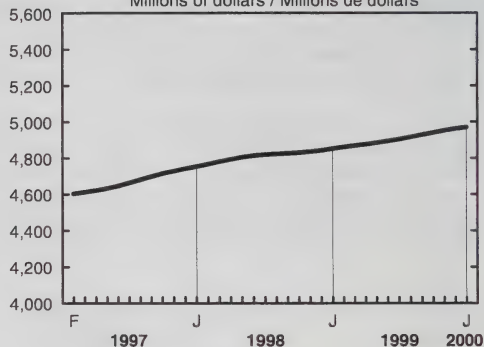
<sup>1</sup> Les tendances représentent les données désaisonnalisées lissées.

**Retail Sales Trends<sup>1</sup> – Canada,  
By Major Group**
**Tendances<sup>1</sup> des ventes au détail – Canada,  
par groupe principal**
**Automotive / Véhicules automobiles**

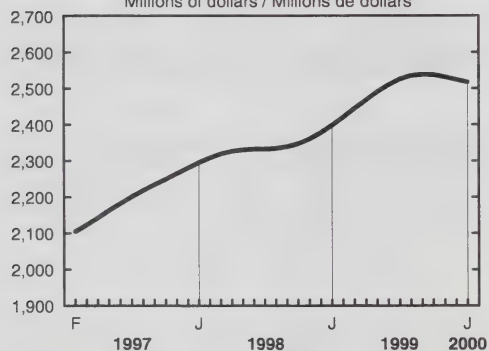
Millions of dollars / Millions de dollars


**Food / Aliments**

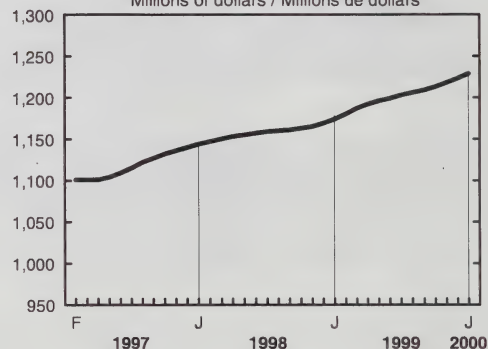
Millions of dollars / Millions de dollars


**General Merchandise / Marchandises diverses**

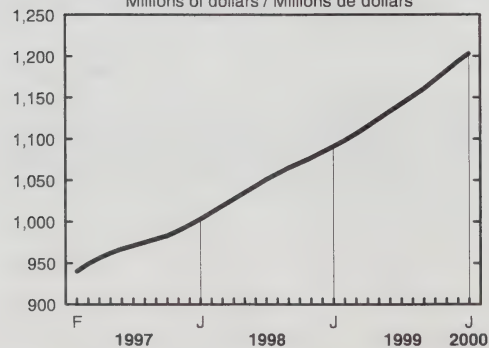
Millions of dollars / Millions de dollars


**Clothing / Vêtements**

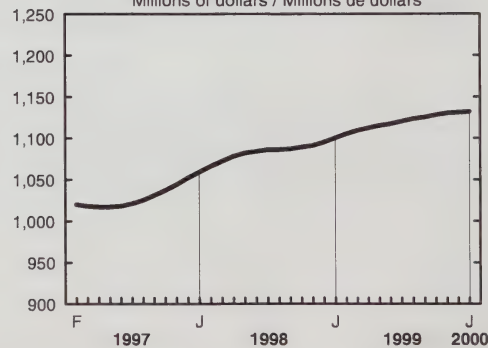
Millions of dollars / Millions de dollars


**Furniture / Meubles**

Millions of dollars / Millions de dollars


**Drug / Médicaments**

Millions of dollars / Millions de dollars


<sup>1</sup> Trends represent smoothed seasonally adjusted data.

<sup>1</sup> Les tendances représentent les données désaisonnalisées lissées.



**For Further Reading**

Selected Publications from Statistics Canada

**Lectures suggérées**

Choisies parmi les publications de Statistique Canada

Title	Catalogue	Titre
New Motor Vehicle Sales, Monthly, Bilingual	<b>63-007-XIB</b>	Ventes de véhicules automobiles neufs, mensuel, bilingue
Wholesale Trade, Monthly, Bilingual	<b>63-008-XIB</b>	Commerce de gros, mensuel, bilingue
Retail Chain and Department Stores, Annual, Bilingual	<b>63-210-XIB</b>	Magasins de détail à succursales et les grands magasins, annuel, bilingue
Wholesaling and Retailing Canada, Annual, Bilingual	<b>63-236-XIB</b>	Les commerces de gros et de détail au Canada, annuel, bilingue
Market Research Handbook, Annual, Bilingual	<b>63-224-XPB</b>	Recueil statistique des études de marché, annuel, bilingue

To order a publication you may telephone 1 (613) 951-7277 or use facsimile number 1 (613) 951-1584. For toll free in Canada only telephone 1 800 267-6677. When ordering by telephone or facsimile a written confirmation is not required.

Pour obtenir une publication veuillez téléphoner au 1 (613) 951-7277 ou utiliser le numéro du télécopieur 1 (613) 951-1584. Pour appeler sans frais, au Canada, composez le 1 800 267-6677. Il n'est pas nécessaire de nous faire parvenir une confirmation pour une commande faite par téléphone ou télécopieur.





## **Statistical Tables**

---

## **Tableaux statistiques**

---

Table 1

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Current Periods)**

	Sales					Change from previous month Variation par rapport au mois précédent	
	Ventes						
	January 2000 Janvier	December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	October 1999 Octobre	Year-to-date 2000 Cumulatif	January 2000 Janvier	December 1999 Décembre
	Millions of dollars – Millions de dollars					Per cent – Pourcentage	
<b>Trade Group - Canada</b>							
Supermarkets and grocery stores	4,486.3	4,680.8	4,590.1	4,567.2	4,486.3	-4.2	2.0
All other food stores	369.4	379.4	371.5	366.9	369.4	-2.6	2.1
Drugs and patent medicine stores	1,130.3	1,126.8	1,139.7	1,125.2	1,130.3	0.3	-1.1
Shoe stores	138.9	137.3	127.3	138.8	138.9	1.2	7.9
Men's clothing stores	127.5	128.0	129.8	133.4	127.5	-0.4	-1.4
Women's clothing stores	386.9	379.4	382.4	379.3	386.9	2.0	-0.8
Other clothing stores	588.6	564.6	559.7	567.7	588.6	4.3	0.9
Household furniture and appliance stores	992.9	970.6	946.5	978.5	992.9	2.3	2.5
Household furnishings stores	225.5	222.5	232.5	222.8	225.5	1.3	-4.3
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	6,183.3	6,152.0	5,904.2	5,666.2	6,183.3	0.5	4.2
Gasoline service stations	1,608.6	1,604.4	1,555.7	1,545.9	1,608.6	0.3	3.1
Automotive parts, accessories and services	1,275.1	1,310.3	1,286.6	1,250.3	1,275.1	-2.7	1.8
General merchandise stores	2,581.9	2,488.5	2,443.5	2,567.1	2,581.9	3.8	1.8
Other semi-durable goods stores	739.7	681.2	719.6	719.3	739.7	8.6	-5.3
Other durable goods stores	607.2	594.6	584.6	592.8	607.2	2.1	1.7
Other retail stores	1,107.7	1,136.2	1,114.8	1,097.5	1,107.7	-2.5	1.9
<b>Total, all stores</b>	<b>22,549.7</b>	<b>22,556.5</b>	<b>22,088.5</b>	<b>21,919.0</b>	<b>22,549.7</b>	<b>0.0</b>	<b>2.1</b>
<b>Regions</b>							
Newfoundland	360.3	355.7	354.2	347.0	360.3	1.3	0.4
Prince Edward Island	99.0	100.8	99.7	98.4	99.0	-1.8	1.1
Nova Scotia	681.8	693.8	683.6	681.0	681.8	-1.7	1.5
New Brunswick	566.3	563.1	550.2	545.9	566.3	0.6	2.3
Quebec	5,228.3	5,186.6	5,093.3	5,038.0	5,228.3	0.8	1.8
Ontario	8,610.2	8,599.6	8,481.7	8,440.1	8,610.2	0.1	1.4
Manitoba	773.1	783.0	755.9	736.4	773.1	-1.3	3.6
Saskatchewan	663.5	673.4	655.4	632.0	663.5	-1.5	2.7
Alberta	2,579.4	2,581.7	2,510.9	2,498.3	2,579.4	-0.1	2.8
British Columbia	2,909.0	2,939.8	2,827.1	2,826.5	2,909.0	-1.0	4.0
Yukon	27.9	28.6	27.5	26.6	27.9	-2.4	4.0
Nunavut	14.7	14.4	14.6	14.6	14.7	2.1	-1.4
Northwest Territories	36.1	36.1	34.3	34.2	36.1	-	5.2



Tableau 1

**Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(périodes courantes)**

Change from previous month Variation par rapport au mois précédent		Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					
November 1999 Novembre	October 1999 Octobre	January 2000 Janvier	December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	October 1999 Octobre	Year-to-date 2000 Cumulatif	
Per cent – Pourcentage							
<b>Groupe de commerce - Canada</b>							
0.5	0.1	-0.2	5.0	2.3	2.5	-0.2	Supermarchés d'alimentation et épiceries
1.3	-0.4	3.4	5.7	4.0	0.2	3.4	Tous les autres magasins d'alimentation
1.3	-0.1	2.6	5.3	5.6	3.8	2.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-8.3	7.3	-0.3	-1.4	-4.8	2.7	-0.3	Magasins de chaussures
-2.7	4.8	1.2	-0.8	-2.7	1.5	1.2	Magasins de vêtements pour hommes
0.8	5.0	3.3	4.9	2.6	4.8	3.3	Magasins de vêtements pour femmes
-1.4	2.7	10.9	9.0	3.3	5.1	10.9	Autres magasins de vêtements
-3.3	5.3	11.7	10.1	9.2	14.2	11.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
4.4	4.8	10.0	7.2	6.2	8.1	10.0	Magasins d'accessoires d'ameublement
4.2	-6.8	11.5	12.6	8.7	8.0	11.5	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
0.6	1.3	24.9	25.7	22.2	19.9	24.9	Stations-service
2.9	-0.7	1.8	6.8	5.6	2.3	1.8	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
-4.8	-0.4	3.7	5.0	4.4	9.3	3.7	Magasins de marchandises diverses
0.0	1.4	4.6	-1.1	1.1	1.8	4.6	Autres magasins de produits semi-durables
-1.4	1.8	-1.4	4.8	2.3	3.0	-1.4	Autres magasins de produits durables
1.6	1.1	9.9	15.3	11.9	11.4	9.9	Autres magasins de vente au détail
<b>0.8</b>	<b>-1.2</b>	<b>6.7</b>	<b>9.0</b>	<b>6.5</b>	<b>6.9</b>	<b>6.7</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Régions</b>							
2.1	-1.6	8.0	10.0	6.2	5.3	8.0	Terre-Neuve
1.3	-1.9	10.9	17.5	15.7	15.0	10.9	Île-du-Prince-Édouard
0.4	0.0	4.2	6.6	5.8	6.2	4.2	Nouvelle-Écosse
0.8	-0.9	11.2	14.0	10.9	12.3	11.2	Nouveau-Brunswick
1.1	-1.2	5.3	7.5	5.4	5.5	5.3	Québec
0.5	-0.5	8.2	10.6	8.2	9.1	8.2	Ontario
2.6	-4.8	3.0	6.2	2.8	1.4	3.0	Manitoba
3.7	-3.8	4.4	7.0	4.6	1.1	4.4	Saskatchewan
0.5	-2.6	8.6	9.4	7.0	7.9	8.6	Alberta
0.0	-0.8	4.6	6.8	3.7	4.0	4.6	Colombie-Britannique
3.4	-5.7	6.9	9.2	5.0	3.5	6.9	Yukon
-	-2.0	2.8				2.8	Nunavut
0.3	2.4	18.4				18.4	Territoires du Nord Ouest

Table 2

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Current Periods)**

	Sales Ventes				
	January 2000 Janvier	December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	October 1999 Octobre	Year-to-date 2000 Cumulatif
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Trade Group - Canada</b>					
Supermarkets and grocery stores	4,300.8	5,096.0	4,324.5	4,651.7	4,300.8
All other food stores	321.1	476.6	350.6	365.5	321.1
Drugs and patent medicine stores	1,074.3	1,424.1	1,120.6	1,122.0	1,074.3
Shoe stores	105.7	178.3	140.3	159.1	105.7
Men's clothing stores	98.1	261.4	156.6	138.6	98.1
Women's clothing stores	275.0	611.3	408.8	399.6	275.0
Other clothing stores	427.8	968.3	617.5	614.8	427.8
Household furniture and appliance stores	830.0	1,453.1	1,046.1	1,010.2	830.0
Household furnishings stores	172.8	283.7	261.0	232.0	172.8
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,644.9	5,382.9	5,512.6	5,440.7	4,644.9
Gasoline service stations	1,466.3	1,614.8	1,523.3	1,593.2	1,466.3
Automotive parts, accessories and services	1,049.3	1,462.2	1,431.7	1,255.0	1,049.3
General merchandise stores	1,923.8	4,146.7	2,960.5	2,683.0	1,923.8
Other semi-durable goods stores	538.7	1,062.6	767.7	691.5	538.7
Other durable goods stores	486.7	1,128.9	554.4	533.8	486.7
Other retail stores	837.7	1,622.2	1,039.2	1,091.4	837.7
<b>Total, all stores</b>	<b>18,553.2</b>	<b>27,173.0</b>	<b>22,215.5</b>	<b>21,982.0</b>	<b>18,553.2</b>
<b>Regions</b>					
Newfoundland	276.9	427.8	371.1	346.6	276.9
Prince Edward Island	74.4	119.8	97.0	95.8	74.4
Nova Scotia	549.1	851.4	700.2	678.5	549.1
New Brunswick	437.7	673.1	557.4	551.4	437.7
Quebec	4,225.1	5,855.6	5,026.7	5,063.3	4,225.1
Ontario	7,039.6	10,664.6	8,661.2	8,417.2	7,039.6
Manitoba	644.7	968.3	760.8	754.3	644.7
Saskatchewan	563.8	818.9	667.2	661.8	563.8
Alberta	2,178.4	3,170.1	2,541.9	2,525.1	2,178.4
British Columbia	2,497.5	3,533.8	2,761.6	2,814.3	2,497.5
Yukon	21.7	31.4	24.9	25.2	21.7
Nunavut	13.0	17.3	14.0	14.8	13.0
Northwest Territories	31.4	41.0	31.5	33.6	31.4



Tableau 2

**Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(périodes courantes)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente				
January 2000 Janvier	December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	October 1999 Octobre	Year-to-date 2000 Cumulatif
Per cent – Pourcentage				
<b>Groupe de commerce - Canada</b>				
-4.0	7.5	3.4	-0.3	-4.0
-0.2	7.5	3.2	-0.4	-0.2
1.0	6.1	6.1	2.2	1.0
-2.5	0.8	-6.8	3.0	-2.5
-1.0	-0.3	-1.2	-0.9	-1.0
0.3	4.7	3.6	4.7	0.3
10.5	8.5	1.7	4.5	10.5
11.6	11.2	10.8	11.7	11.6
9.1	7.5	10.1	6.2	9.1
10.8	13.8	11.9	4.9	10.8
23.9	28.0	21.5	18.9	23.9
0.6	8.3	8.7	-1.1	0.6
6.0	4.9	3.4	7.0	6.0
5.0	-1.0	2.4	0.8	5.0
1.9	5.5	-0.9	2.3	1.9
4.7	18.8	11.2	8.3	4.7
<b>5.1</b>	<b>9.5</b>	<b>7.5</b>	<b>4.5</b>	<b>5.1</b>
<b>Total, ensemble des magasins</b>				
<b>Régions</b>				
5.5	8.4	8.1	2.0	5.5
7.4	16.4	15.5	10.6	7.4
2.0	8.0	6.9	3.4	2.0
8.6	14.0	11.6	8.5	8.6
3.8	7.8	6.7	2.6	3.8
5.9	11.0	9.0	7.1	5.9
1.5	7.8	3.4	-1.2	1.5
2.3	7.8	5.3	-1.3	2.3
8.1	10.3	8.1	5.4	8.1
3.6	7.3	4.2	2.3	3.6
6.4	11.3	6.4	-1.2	6.4
4.8				4.8
19.8				19.8
<b>Territoires du Nord Ouest</b>				

Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Canada</b>					
Supermarkets and grocery stores	14,072.2	14,037.5	13,779.4	12,749.3	13,584.3
All other food stores	1,192.7	1,103.8	1,109.8	983.1	1,149.8
Drugs and patent medicine stores	3,666.8	3,298.7	3,280.8	3,184.1	3,495.8
Shoe stores	477.7	403.8	448.3	298.7	481.6
Men's clothing stores	556.6	345.4	367.4	275.1	560.5
Women's clothing stores	1,419.7	1,103.5	1,136.9	834.8	1,360.3
Other clothing stores	2,200.6	1,715.3	1,549.8	1,210.9	2,088.0
Household furniture and appliance stores	3,509.4	2,849.2	2,521.3	2,224.5	3,154.8
Household furnishings stores	776.7	660.5	614.0	513.0	719.6
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	16,336.1	18,339.0	19,798.3	14,830.3	14,844.9
Gasoline service stations	4,731.3	4,792.9	4,265.3	3,545.5	3,855.8
Automotive parts, accessories and services	4,148.9	3,795.8	3,994.1	3,037.4	3,935.6
General merchandise stores	9,790.2	7,388.8	7,107.2	5,664.9	9,323.8
Other semi-durable goods stores	2,521.7	2,237.8	2,198.6	1,545.4	2,509.3
Other durable goods stores	2,217.1	1,774.6	1,685.1	1,369.9	2,151.1
Other retail stores	3,752.8	3,454.0	3,157.5	2,440.0	3,308.2
<b>Total, all stores</b>	<b>71,370.5</b>	<b>67,300.5</b>	<b>67,013.8</b>	<b>54,706.9</b>	<b>66,523.5</b>
<b>Newfoundland</b>					
Supermarkets and grocery stores	276.0	284.9	284.4	256.0	279.1
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	68.0	58.6	58.4	55.4	66.2
Shoe stores	4.7	3.8	3.6	2.5	4.6
Men's clothing stores	7.6	3.6	3.7	2.6	7.9
Women's clothing stores	21.8	13.5	13.3	9.1	21.4
Other clothing stores	27.0	16.8	12.8	10.2	24.7
Household furniture and appliance stores	46.7	34.4	29.2	24.2	43.7
Household furnishings stores	2.6	2.4	2.0	1.6	2.8
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	214.1	280.9	323.6	205.6	178.3
Gasoline service stations	77.6	84.9	71.0	60.8	76.1
Automotive parts, accessories and services	67.5	52.3	55.1	39.6	61.7
General merchandise stores	221.9	152.0	138.7	111.6	210.0
Other semi-durable goods stores	28.9	25.0	23.7	15.4	28.5
Other durable goods stores	20.2	13.2	11.0	7.6	17.5
Other retail stores	47.5	40.5	36.6	30.3	43.3
<b>Total, all stores</b>	<b>1,145.5</b>	<b>1,080.6</b>	<b>1,080.7</b>	<b>842.7</b>	<b>1,077.4</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	
Per cent - Pourcentage					
<b>Canada</b>					
3.6	2.5	1.7	1.8	2.8	Supermarchés d'alimentation et épiceries
3.7	1.2	-0.2	1.8	0.8	Tous les autres magasins d'alimentation
4.9	3.0	2.3	4.8	3.0	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-0.8	-5.3	-3.0	-0.5	-3.0	Magasins de chaussures
-0.7	-0.6	-4.2	-5.2	1.5	Magasins de vêtements pour hommes
4.4	0.8	0.6	1.8	0.0	Magasins de vêtements pour femmes
5.4	5.7	9.6	6.8	7.5	Autres magasins de vêtements
11.2	9.5	9.3	8.8	9.0	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
7.9	5.3	3.9	4.4	7.3	Magasins d'accessoires d'ameublement
10.0	10.4	2.4	8.4	-3.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
22.7	15.1	6.2	-3.4	-8.0	Stations-service
5.4	3.5	3.6	5.5	10.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
5.0	10.4	6.8	7.1	4.2	Magasins de marchandises diverses
0.5	5.9	4.0	4.4	3.2	Autres magasins de produits semi-durables
3.1	1.9	3.2	11.9	7.3	Autres magasins de produits durables
13.4	10.2	8.2	5.5	7.3	Autres magasins de vente au détail
<b>7.3</b>	<b>7.1</b>	<b>3.6</b>	<b>4.9</b>	<b>1.9</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Terre-Neuve</b>					
-1.1	1.7	2.7	1.3	4.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
2.7	6.0	1.0	-2.8	-2.2	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
2.2	2.7	-2.7	4.2	-4.2	Magasins de chaussures
-3.8	-14.3	-22.9	-7.1	33.9	Magasins de vêtements pour hommes
1.9	1.5	5.6	5.8	1.4	Magasins de vêtements pour femmes
9.3	3.1	4.1	15.9	-	Autres magasins de vêtements
6.9	15.8	24.3	30.1	23.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
-7.1	9.1	-	6.7	-12.5	Magasins d'accessoires d'ameublement
20.1	16.2	11.4	17.4	1.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
2.0	3.0	-6.5	-11.6	-0.9	Stations-service
9.4	2.3	11.8	7.9	16.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
5.7	11.4	9.0	9.1	4.7	Magasins de marchandises diverses
1.4	11.6	17.3	18.5	-5.0	Autres magasins de produits semi-durables
15.4	9.1	15.8	16.9	7.4	Autres magasins de produits durables
9.7	4.4	1.4	6.3	6.1	Autres magasins de vente au détail
<b>6.3</b>	<b>7.9</b>	<b>6.7</b>	<b>6.3</b>	<b>4.1</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Prince Edward Island</b>					
Supermarkets and grocery stores	74.4	80.9	74.0	63.7	64.9
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	19.6	18.2	17.2	16.6	19.6
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	x	x	x	x	x
Other clothing stores	10.5	9.6	5.7	4.0	9.7
Household furniture and appliance stores	9.9	7.7	7.1	5.9	8.8
Household furnishings store	5.2	5.1	4.0	3.0	4.6
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	56.7	66.9	70.9	45.4	44.6
Gasoline service stations	30.7	37.8	27.7	20.9	24.3
Automotive parts, accessories and services	20.2	18.9	19.9	12.6	19.1
General merchandise stores	37.8	29.0	22.8	16.3	31.6
Other semi-durable goods stores	12.1	17.9	12.6	7.9	12.5
Other durable goods stores	7.3	6.7	6.0	3.0	6.1
Other retail stores	13.6	17.6	13.5	8.9	13.5
<b>Total, all stores</b>	<b>312.6</b>	<b>330.9</b>	<b>293.7</b>	<b>216.0</b>	<b>273.6</b>
<b>Nova Scotia</b>					
Supermarkets and grocery stores	517.4	519.3	496.3	455.1	487.5
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patient medicine stores	148.4	131.7	125.8	124.6	139.9
Shoe stores	8.0	6.7	6.8	4.7	7.8
Men's clothing stores	8.4	4.6	4.6	3.3	8.1
Women's clothing stores	41.5	29.2	32.1	23.8	44.7
Other clothing stores	59.5	41.2	32.3	25.7	55.4
Household furniture and appliance stores	84.4	62.1	51.0	45.9	68.5
Household furnishings store	17.3	15.5	14.5	11.8	15.2
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	426.4	510.6	600.6	431.7	431.1
Gasoline service stations	166.6	173.7	152.6	117.1	132.6
Automotive parts, accessories and services	129.3	113.6	116.9	86.6	124.4
General merchandise stores	331.0	220.1	207.6	164.2	311.5
Other semi-durable goods stores	86.3	68.8	59.5	45.0	79.0
Other durable goods stores	60.8	44.1	38.7	31.4	57.4
Other retail stores	121.8	120.0	107.7	80.3	113.0
<b>Total, all stores</b>	<b>2,230.2</b>	<b>2,085.7</b>	<b>2,071.0</b>	<b>1,670.2</b>	<b>2,099.4</b>

Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year  
Variation par rapport à l'année précédente

Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Groupe de commerce
Per cent – Pourcentage					
<b>Île-du-Prince-Édouard</b>					
14.6	14.3	16.5	11.4	5.4	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
-	-1.1	-2.8	-1.8	3.2	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour femmes
8.2	9.1	11.8	2.6	6.6	Autres magasins de vêtements
12.5	20.3	14.5	5.4	10.0	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
13.0	4.1	-	25.0	43.8	Magasins d'accessoires d'ameublement
27.1	19.5	1.1	6.8	-4.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
26.3	18.9	2.2	-15.4	-24.5	Stations-service
5.8	3.8	5.9	9.6	26.5	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
19.6	27.8	6.5	-3.0	-5.4	Magasins de marchandises diverses
-3.2	2.3	5.9	8.2	1.6	Autres magasins de produits semi-durables
19.7	21.8	53.8	15.4	13.0	Autres magasins de produits durables
0.7	8.6	11.6	7.2	18.4	Autres magasins de vente au détail
<b>14.3</b>	<b>13.6</b>	<b>7.8</b>	<b>4.7</b>	<b>1.2</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Nouvelle-Écosse</b>					
6.1	5.1	5.8	2.3	3.5	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
6.1	1.3	-0.5	-1.7	1.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
2.6	-2.9	-5.6	-	-4.9	Magasins de chaussures
3.7	4.5	-6.1	-10.8	3.8	Magasins de vêtements pour hommes
-7.2	-9.9	10.7	19.0	14.9	Magasins de vêtements pour femmes
7.4	7.6	12.5	11.3	9.9	Autres magasins de vêtements
23.2	20.8	17.0	13.1	11.9	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
13.8	50.5	64.8	51.3	34.5	Magasins d'accessoires d'ameublement
-1.1	3.1	-0.2	3.1	0.3	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
25.6	18.6	16.4	-1.5	5.6	Stations-service
3.9	3.3	3.3	9.3	10.2	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
6.3	11.0	9.2	9.6	6.9	Magasins de marchandises diverses
9.2	-	-9.8	6.9	11.1	Autres magasins de produits semi-durables
5.9	4.0	1.8	18.5	11.9	Autres magasins de produits durables
7.8	6.5	8.7	5.8	6.2	Autres magasins de vente au détail
<b>6.2</b>	<b>6.1</b>	<b>4.5</b>	<b>4.3</b>	<b>5.1</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region**  
**(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>New Brunswick</b>					
Supermarkets and grocery stores	429.9	426.1	398.3	353.8	392.0
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	97.8	87.1	84.7	80.3	91.5
Shoe stores	7.5	6.9	6.7	4.1	7.4
Men's clothing stores	10.4	6.2	5.8	5.1	11.4
Women's clothing stores	30.5	20.7	21.0	14.4	28.6
Other clothing stores	47.8	33.8	27.4	21.5	44.2
Household furniture and appliance stores	64.0	49.6	40.9	37.6	58.1
Household furnishings stores	17.7	14.4	12.2	9.5	14.6
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	384.9	483.7	542.3	336.5	300.6
Gasoline service stations	125.9	134.1	110.8	96.2	114.0
Automotive parts, accessories and services	113.5	99.5	106.3	73.6	108.4
General merchandise stores	262.3	179.1	167.1	129.3	246.3
Other semi-durable goods stores	57.0	51.7	50.2	37.8	56.1
Other durable goods stores	42.2	29.0	25.3	18.6	38.1
Other retail stores	78.0	79.5	68.1	49.0	71.8
<b>Total, all stores</b>	<b>1,781.9</b>	<b>1,718.7</b>	<b>1,685.5</b>	<b>1,280.5</b>	<b>1,598.4</b>
<b>Quebec</b>					
Supermarkets and grocery stores	3,623.4	3,678.6	3,598.1	3,334.3	3,506.8
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	757.3	693.7	689.6	681.0	730.6
Shoe stores	172.1	134.3	155.2	88.6	170.0
Men's clothing stores	112.8	72.5	86.2	60.3	120.9
Women's clothing stores	372.6	294.3	317.5	219.6	356.6
Other clothing stores	516.6	435.0	433.2	303.0	492.7
Household furniture and appliance stores	891.7	776.1	697.6	543.4	802.1
Household furnishings stores	140.2	119.6	120.1	90.2	135.8
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	3,729.5	4,456.9	5,045.2	3,580.8	3,526.2
Gasoline service stations	960.4	937.6	827.6	711.4	757.9
Automotive parts, accessories and services	1,039.5	920.6	1,008.3	722.2	978.2
General merchandise stores	1,818.3	1,427.8	1,439.3	1,116.8	1,741.5
Other semi-durable goods stores	444.9	450.9	460.8	299.5	477.7
Other durable goods stores	428.9	359.9	367.0	292.7	427.4
Other retail stores	594.8	505.8	511.2	371.0	513.6
<b>Total, all stores</b>	<b>15,945.6</b>	<b>15,587.4</b>	<b>16,087.4</b>	<b>12,718.0</b>	<b>15,078.3</b>

Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year  
Variation par rapport à l'année précédente

Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	Groupe de commerce
Per cent - Pourcentage					
					<b>Nouveau-Brunswick</b>
9.7	9.5	5.9	2.5	6.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
6.9	5.8	5.0	2.7	4.0	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
1.4	15.0	17.5	13.9	8.8	Magasins de chaussures
-8.8	-1.6	-1.7	18.6	20.0	Magasins de vêtements pour hommes
6.6	3.0	7.1	7.5	2.9	Magasins de vêtements pour femmes
8.1	3.4	7.0	10.3	10.2	Autres magasins de vêtements
10.2	17.5	6.5	15.3	11.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
21.2	11.6	4.3	13.1	10.6	Magasins d'accessoires d'ameublement
28.0	20.1	7.4	8.2	-17.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
10.4	5.3	-0.9	-12.4	-6.5	Stations-service
4.7	2.3	3.7	7.9	23.0	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
6.5	8.4	5.0	4.9	4.6	Magasins de marchandises diverses
1.6	8.6	6.6	37.5	11.3	Autres magasins de produits semi-durables
10.8	8.2	6.8	10.1	10.4	Autres magasins de produits durables
8.6	8.0	7.8	10.1	22.1	Autres magasins de vente au détail
<b>11.5</b>	<b>10.9</b>	<b>5.9</b>	<b>5.1</b>	<b>1.1</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
					<b>Québec</b>
3.3	5.1	5.1	4.1	6.1	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
3.7	-3.1	-5.6	-2.4	-2.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
1.2	-5.1	-5.0	-2.1	-3.6	Magasins de chaussures
-6.7	-7.1	-8.1	-0.3	5.4	Magasins de vêtements pour hommes
4.5	-4.3	-4.5	-4.3	-7.5	Magasins de vêtements pour femmes
4.9	0.2	6.8	7.4	9.2	Autres magasins de vêtements
11.2	9.5	9.9	12.7	9.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
3.2	-4.9	-5.6	6.7	9.3	Magasins d'accessoires d'ameublement
5.8	12.1	7.9	15.5	1.3	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
26.7	19.7	10.9	-0.9	-10.5	Stations-service
6.3	5.8	2.8	-2.1	4.2	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
4.4	8.0	6.0	6.3	3.5	Magasins de marchandises diverses
-6.9	-5.9	-7.1	-8.4	4.3	Autres magasins de produits semi-durables
0.4	2.0	6.6	22.3	8.4	Autres magasins de produits durables
15.8	13.4	7.9	12.7	13.7	Autres magasins de vente au détail
<b>5.8</b>	<b>6.9</b>	<b>4.9</b>	<b>6.6</b>	<b>3.0</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Ontario</b>					
Supermarkets and grocery stores	4,382.0	4,331.2	4,376.3	4,053.3	4,279.8
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	1,504.3	1,381.7	1,395.9	1,339.0	1,450.5
Shoe stores	173.8	149.7	171.5	121.1	179.1
Men's clothing stores	248.7	153.1	158.9	116.7	240.4
Women's clothing stores	587.9	439.5	458.4	336.0	555.3
Other clothing stores	896.6	656.8	594.1	473.4	827.5
Household furniture and appliance stores	1,280.7	1,047.3	923.6	819.0	1,121.1
Household furnishings stores	344.1	286.4	258.5	219.1	307.5
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	6,546.0	7,195.4	7,606.1	5,688.7	5,738.6
Gasoline service stations	1,864.1	1,811.3	1,656.7	1,392.1	1,491.6
Automotive parts, accessories and services	1,606.8	1,459.2	1,555.1	1,191.3	1,507.1
General merchandise stores	3,956.8	2,940.1	2,811.2	2,215.1	3,744.1
Other semi-durable goods stores	1,163.5	1,017.0	972.7	678.3	1,120.1
Other durable goods stores	914.2	708.2	669.7	532.0	881.9
Other retail stores	1,727.1	1,602.0	1,405.9	1,071.0	1,460.5
<b>Total, all stores</b>	<b>27,742.9</b>	<b>25,676.0</b>	<b>25,509.6</b>	<b>20,673.2</b>	<b>25,410.2</b>
<b>Manitoba</b>					
Supermarkets and grocery stores	558.6	545.9	532.3	491.0	536.7
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	80.8	70.4	68.8	69.5	76.1
Shoe stores	13.6	11.1	12.3	8.9	15.5
Men's clothing stores	17.2	10.8	11.8	7.9	17.0
Women's clothing stores	36.5	29.8	30.1	21.9	34.4
Other clothing stores	65.9	50.8	45.3	37.5	67.3
Household furniture and appliance stores	106.6	85.5	74.6	72.6	103.2
Household furnishings stores	17.7	16.3	14.1	10.8	14.5
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	624.0	684.5	710.9	597.4	631.4
Gasoline service stations	183.0	179.4	162.0	139.5	144.4
Automotive parts, accessories and services	122.5	111.0	123.0	98.4	123.1
General merchandise stores	380.4	285.0	279.3	224.9	372.8
Other semi-durable goods stores	75.7	54.8	54.3	41.6	74.6
Other durable goods stores	65.8	54.7	55.9	41.2	61.7
Other retail stores	112.3	100.8	94.0	72.3	103.8
<b>Total, all stores</b>	<b>2,483.4</b>	<b>2,309.9</b>	<b>2,287.0</b>	<b>1,950.4</b>	<b>2,397.5</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	
Per cent - Pourcentage					
<b>Ontario</b>					
2.4	-0.5	-0.5	0.2	1.4	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
3.7	3.9	6.4	10.5	10.5	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-3.0	-7.7	-1.4	2.5	-4.5	Magasins de chaussures
3.5	2.8	-0.6	-3.5	2.0	Magasins de vêtements pour hommes
5.9	3.0	3.9	4.1	5.6	Magasins de vêtements pour femmes
8.4	13.2	18.7	9.0	10.6	Autres magasins de vêtements
14.2	11.7	12.7	8.9	13.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
11.9	9.4	9.4	4.4	13.7	Magasins d'accessoires d'ameublement
14.1	15.1	3.2	12.0	-0.3	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
25.0	17.0	10.6	3.6	-6.6	Stations-service
6.6	3.4	5.6	12.1	15.7	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
5.7	12.7	8.5	9.0	5.9	Magasins de marchandises diverses
3.9	14.3	11.1	9.6	5.2	Autres magasins de produits semi-durables
3.7	2.9	3.9	12.0	9.7	Autres magasins de produits durables
18.3	13.3	11.6	4.7	7.6	Autres magasins de vente au détail
9.2	9.4	5.3	7.3	4.1	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Manitoba</b>					
4.1	2.0	-0.4	-1.0	5.0	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
6.2	1.4	1.5	3.0	-0.3	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-12.3	-11.2	-3.9	-1.1	11.5	Magasins de chaussures
1.2	16.1	4.4	1.3	4.9	Magasins de vêtements pour hommes
6.1	9.6	9.9	9.0	3.3	Magasins de vêtements pour femmes
-2.1	5.2	4.4	4.5	2.3	Autres magasins de vêtements
3.3	6.6	4.3	5.5	11.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
22.1	23.5	11.0	1.9	-6.5	Magasins d'accessoires d'ameublement
-1.2	1.9	-4.8	5.1	-7.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
26.7	14.8	6.6	5.0	-2.9	Stations-service
-0.5	-5.9	2.8	12.3	7.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
2.0	8.0	4.6	5.5	2.8	Magasins de marchandises diverses
1.5	12.5	8.4	6.1	-2.6	Autres magasins de produits semi-durables
6.6	4.8	2.4	4.8	-	Autres magasins de produits durables
8.2	11.3	7.9	6.6	5.1	Autres magasins de vente au détail
3.6	4.2	0.4	3.7	0.3	<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Saskatchewan</b>					
Supermarkets and grocery stores	468.8	477.0	466.0	425.5	473.0
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	100.2	94.6	95.8	97.8	106.1
Shoe stores	6.1	5.4	6.2	4.6	6.5
Men's clothing stores	12.0	7.6	8.2	6.4	13.0
Women's clothing stores	31.1	24.2	25.7	18.9	30.6
Other clothing stores	58.2	44.5	39.3	31.1	55.7
Household furniture and appliance stores	89.0	61.6	57.2	55.2	81.6
Household furnishings stores	22.2	19.8	19.3	15.8	20.6
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	481.1	500.8	530.3	411.0	462.6
Gasoline service stations	173.9	178.8	154.6	126.1	137.8
Automotive parts, accessories and services	138.8	131.7	130.8	103.6	139.6
General merchandise stores	342.1	261.5	251.5	204.5	325.8
Other semi-durable goods stores	57.0	43.6	47.9	35.2	57.0
Other durable goods stores	66.2	47.7	46.0	35.2	61.3
Other retail stores	80.4	72.4	67.8	53.7	75.4
<b>Total, all stores</b>	<b>2,147.8</b>	<b>1,985.9</b>	<b>1,960.5</b>	<b>1,636.8</b>	<b>2,063.7</b>
<b>Alberta</b>					
Supermarkets and grocery stores	1,674.4	1,636.5	1,572.6	1,463.9	1,593.4
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	363.9	316.8	311.6	300.3	338.7
Shoe stores	37.3	33.9	33.7	25.4	37.1
Men's clothing stores	68.6	42.8	44.9	37.7	72.3
Women's clothing stores	130.7	104.4	102.7	83.4	126.9
Other clothing stores	243.1	203.4	167.4	141.6	247.6
Household furniture and appliance stores	461.2	353.7	304.8	288.1	416.2
Household furnishings store	85.5	74.5	72.0	63.0	85.6
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	2,034.8	2,066.2	2,133.3	1,701.5	1,771.9
Gasoline service stations	542.9	558.7	491.2	406.4	435.7
Automotive parts, accessories and services	439.6	427.5	429.5	328.4	433.2
General merchandise stores	1,109.9	841.7	793.8	653.3	1,059.1
Other semi-durable goods stores	265.6	209.8	210.7	159.5	253.8
Other durable goods stores	260.4	214.2	197.8	161.1	256.1
Other retail stores	466.2	436.4	413.3	336.8	435.2
<b>Total, all stores</b>	<b>8,237.2</b>	<b>7,565.9</b>	<b>7,323.5</b>	<b>6,192.5</b>	<b>7,619.6</b>

Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	
Per cent – Pourcentage					
<b>Saskatchewan</b>					
-0.9	-1.6	-2.5	-0.9	1.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
-5.6	-3.8	-1.1	0.9	0.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-6.2	-6.9	-13.9	-14.8	-7.1	Magasins de chaussures
-7.7	-6.2	-9.9	-11.1	-3.0	Magasins de vêtements pour hommes
1.6	0.4	4.0	-5.0	-9.7	Magasins de vêtements pour femmes
4.5	6.5	3.7	11.5	5.3	Autres magasins de vêtements
9.1	3.5	7.7	2.4	-2.6	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
7.8	1.5	4.3	1.9	-8.4	Magasins d'accessoires d'ameublement
4.0	2.1	-2.3	-7.4	-15.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
26.2	18.0	9.0	0.2	-1.6	Stations-service
-0.6	-7.8	3.4	-	12.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
5.0	8.6	5.5	4.6	2.1	Magasins de marchandises diverses
-	-	-3.4	-7.1	-14.7	Autres magasins de produits semi-durables
8.0	3.0	1.5	5.4	6.1	Autres magasins de produits durables
6.6	1.4	0.9	1.9	-1.2	Autres magasins de vente au détail
<b>4.1</b>	<b>2.2</b>	<b>0.4</b>	<b>-1.5</b>	<b>-3.3</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Alberta</b>					
5.1	3.7	2.4	5.1	8.5	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
7.4	9.9	6.0	5.0	-1.8	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
0.5	-5.6	-8.4	-4.2	-2.6	Magasins de chaussures
-5.1	-1.8	-8.4	-15.1	-4.5	Magasins de vêtements pour hommes
3.0	0.1	0.5	9.0	3.9	Magasins de vêtements pour femmes
-1.8	-5.7	-7.2	-3.1	0.4	Autres magasins de vêtements
10.8	11.1	6.2	4.8	7.3	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
-0.1	-1.3	-2.3	2.8	4.9	Magasins d'accessoires d'ameublement
14.8	7.2	-5.0	-0.4	-11.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
24.6	15.3	4.5	-5.1	-9.6	Stations-service
1.5	2.4	1.5	3.7	11.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
4.8	9.4	5.3	7.6	5.7	Magasins de marchandises diverses
4.6	5.9	5.1	8.2	2.4	Autres magasins de produits semi-durables
1.7	0.9	-1.3	4.7	6.1	Autres magasins de produits durables
7.1	6.1	7.4	9.0	6.9	Autres magasins de vente au détail
<b>8.1</b>	<b>6.1</b>	<b>0.5</b>	<b>2.8</b>	<b>0.2</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region**  
**(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>British Columbia</b>					
Supermarkets and grocery stores	2,013.3	2,001.2	1,928.2	1,806.3	1,921.7
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	518.2	438.3	425.5	412.7	469.0
Shoe stores	52.8	50.1	50.9	37.8	51.8
Men's clothing stores	66.5	41.2	41.0	33.7	65.1
Women's clothing stores	160.5	141.5	130.6	104.1	154.8
Other clothing stores	272.0	220.2	189.5	160.8	259.3
Household furniture and appliance stores	469.5	366.3	331.1	328.7	446.3
Household furnishings stores	122.7	105.6	96.5	87.8	117.8
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	1,800.6	2,048.1	2,192.1	1,798.4	1,730.4
Gasoline service stations	592.1	679.8	597.2	462.6	529.5
Automotive parts, accessories and services	457.5	446.8	435.0	371.4	428.3
General merchandise stores	1,264.6	991.8	936.0	777.0	1,220.7
Other semi-durable goods stores	323.1	290.5	299.2	220.3	342.4
Other durable goods stores	344.7	290.4	262.0	243.5	337.2
Other retail stores	499.9	466.9	429.1	357.8	467.7
<b>Total, all stores</b>	<b>9,109.7</b>	<b>8,719.3</b>	<b>8,488.1</b>	<b>7,339.1</b>	<b>8,695.0</b>
<b>Yukon, Northwest Territories and Nunavut</b>					
Supermarkets and grocery stores	54.0	55.9	53.0	46.6	49.5
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	x
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	1.4	1.2	1.2	0.9	1.5
Other clothing stores	x	x	x	x	x
Household furniture and appliance stores	5.7	4.8	4.4	4.0	5.1
Household furnishings stores	1.5	1.0	0.8	0.5	0.8
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	x	x	x	x	29.3
Gasoline service stations	x	x	x	x	x
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	x
General merchandise stores	65.2	60.7	60.0	52.0	60.5
Other semi-durable goods stores	7.7	7.7	7.0	4.9	7.6
Other durable goods stores	6.2	6.5	5.8	3.5	6.5
Other retail stores	11.3	12.1	10.4	8.9	10.3
<b>Total, all stores</b>	<b>233.6</b>	<b>240.2</b>	<b>226.9</b>	<b>187.6</b>	<b>210.4</b>

Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	
Per cent – Pourcentage					
					<b>Colombie-Britannique</b>
4.8	2.0	-0.3	-0.2	-5.3	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
10.5	7.7	2.3	4.7	-3.2	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
1.9	0.2	2.2	-2.1	-	Magasins de chaussures
2.2	-1.4	-4.4	-9.4	-6.2	Magasins de vêtements pour hommes
3.7	6.2	-4.2	-1.7	-5.9	Magasins de vêtements pour femmes
4.9	8.5	10.4	7.4	3.6	Autres magasins de vêtements
5.2	0.7	1.7	5.9	-0.2	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
4.2	5.6	1.6	-1.0	-5.2	Magasins d'accessoires d'ameublement
4.1	-0.6	-2.4	0.0	-7.4	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
11.8	6.5	-7.8	-21.6	-13.2	Stations-service
6.8	6.8	0.2	1.8	3.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
3.6	9.5	4.4	3.7	-0.1	Magasins de marchandises diverses
-5.6	0.4	2.7	2.6	-0.6	Autres magasins de produits semi-durables
2.2	-2.3	-0.2	6.9	1.2	Autres magasins de produits durables
6.9	4.1	1.5	-2.0	0.8	Autres magasins de vente au détail
<b>4.8</b>	<b>3.1</b>	<b>-0.3</b>	<b>-0.5</b>	<b>-3.6</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
					<b>Yukon, Territoires du Nord-Ouest et Nunavut</b>
9.1	7.9	5.0	2.9	-	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
x	x	x	x	x	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
-6.7	-	-7.7	-	-16.7	Magasins de vêtements pour femmes
x	x	x	x	x	Autres magasins de vêtements
11.8	6.7	15.8	5.3	-12.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
87.5	11.1	-	-44.4	-20.0	Magasins d'accessoires d'ameublement
x	x	x	x	-4.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
x	x	x	x	x	Stations-service
x	x	x	x	x	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
7.8	8.4	14.5	6.3	-1.1	Magasins de marchandises diverses
1.3	-2.5	-2.8	-	-11.6	Autres magasins de produits semi-durables
-4.6	1.6	3.6	-2.8	12.1	Autres magasins de produits durables
9.7	-	-19.4	2.3	-	Autres magasins de vente au détail
<b>11.0</b>	<b>9.4</b>	<b>6.4</b>	<b>4.5</b>	<b>-0.3</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region**  
**(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Yukon</b>					
Supermarkets and grocery stores	25.4	26.6	25.0	22.0	24.1
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	x
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	x	x	x	x	x
Other clothing stores	x	x	x	x	x
Household furniture and appliance stores	x	x	x	x	x
Household furnishings stores	x	x	x	x	x
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	x	x	x	x	13.1
Gasoline service stations	x	x	x	x	x
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	x
General merchandise stores	x	x	x	x	x
Other semi-durable goods stores	3.8	4.6	3.7	2.2	3.8
Other durable goods stores	x	x	x	x	x
Other retail stores	x	x	x	x	x
<b>Total, all stores</b>	<b>81.5</b>	<b>93.1</b>	<b>88.5</b>	<b>65.6</b>	<b>77.2</b>
<b>Northwest Territories</b>					
Supermarkets and grocery stores	21.0	22.0	20.0	17.9	
All other food stores	x	x	x	x	
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	
Shoe stores	x	x	x	x	
Men's clothing stores	x	x	x	x	
Women's clothing stores	x	x	x	x	
Other clothing stores	x	x	x	x	
Household furniture and appliance stores	x	x	x	x	
Household furnishings stores	x	x	x	x	
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	24.3	26.5	20.5	x	
Gasoline service stations	6.1	5.3	4.6	6.2	
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	
General merchandise stores	x	x	x	x	
Other semi-durable goods stores	x	x	x	1.9	
Other durable goods stores	3.1	2.4	2.9	1.8	
Other retail stores	x	x	x	x	
<b>Total, all stores</b>	<b>106.0</b>	<b>102.9</b>	<b>93.8</b>	<b>83.2</b>	



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	
Per cent – Pourcentage					
					<b>Yukon</b>
5.4	-	2.0	0.5	-3.2	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
x	x	x	x	x	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour femmes
x	x	x	x	x	Autres magasins de vêtements
x	x	x	x	x	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
x	x	x	x	x	Magasins d'accessoires d'ameublement
x	x	x	x	-3.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
x	x	x	x	x	Stations-service
x	x	x	x	x	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
x	x	x	x	x	Magasins de marchandises diverses
-	2.2	8.8	-8.3	-13.6	Autres magasins de produits semi-durables
x	x	x	x	x	Autres magasins de produits durables
x	x	x	x	x	Autres magasins de vente au détail
<b>5.6</b>	<b>3.9</b>	<b>8.2</b>	<b>4.0</b>	<b>-0.8</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
					<b>Territoires du Nord-Ouest</b>
					Supermarchés d'alimentation et épiceries
					Tous les autres magasins d'alimentation
					Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
					Magasins de chaussures
					Magasins de vêtements pour hommes
					Magasins de vêtements pour femmes
					Autres magasins de vêtements
					Magasins de meubles et d'appareils ménagers
					Magasins d'accessoires d'ameublement
					Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
					Stations-service
					Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
					Magasins de marchandises diverses
					Autres magasins de produits semi-durables
					Autres magasins de produits durables
					Autres magasins de vente au détail
					<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Nunavut</b>					
Supermarkets and grocery stores	7.6	7.3	8.0	6.7	
All other food stores	x	x	x	x	
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	
Shoe stores	x	x	x	x	
Men's clothing stores	x	x	x	x	
Women's clothing stores	x	x	x	x	
Other clothing stores	x	x	x	x	
Household furniture and appliance stores	x	x	x	x	
Household furnishings stores	x	x	x	x	
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	x	x	x	x	
Gasoline service stations	x	x	x	x	
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	
General merchandise stores	x	x	x	x	
Other semi-durable goods stores	x	x	x	0.7	
Other durable goods stores	x	x	x	x	
Other retail stores	x	x	x	x	
<b>Total, all stores</b>	<b>46.1</b>	<b>44.2</b>	<b>44.6</b>	<b>38.8</b>	

Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	
Per cent – Pourcentage					
					<b>Nunavut</b>
					Supermarchés d'alimentation et épiceries
					Tous les autres magasins d'alimentation
					Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
					Magasins de chaussures
					Magasins de vêtements pour hommes
					Magasins de vêtements pour femmes
					Autres magasins de vêtements
					Magasins de meubles et d'appareils ménagères
					Magasins d'accessoires d'ameublement
					Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
					Stations-service
					Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
					Magasins de marchandises diverses
					Autres magasins de produits semi-durables
					Autres magasins de produits durables
					Autres magasins de vente au détail
					<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 4

**Retail Trade Sample Response Fraction and coefficient of Variation  
(Current Periods)**

	Response fraction Fraction de réponse			
	January 2000 Janvier	December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	October 1999 Octobre
	Per cent – Pourcentage			
<b>Trade Group - Canada</b>				
Supermarkets and grocery stores	93.3	95.8	93.8	94.6
All other food stores	82.0	90.2	89.7	86.9
Drugs and patent medicine stores	85.2	92.2	91.4	93.1
Shoe stores	83.1	95.5	95.3	85.7
Men's clothing stores	91.3	91.9	91.0	90.5
Women's clothing stores	87.9	94.9	95.0	93.3
Other clothing stores	91.3	95.8	94.7	94.9
Household furniture and appliance stores	91.2	90.7	93.2	93.2
Household furnishings stores	83.6	91.0	85.3	88.6
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	93.1	95.3	95.7	94.4
Gasoline service stations	75.8	94.6	93.2	92.7
Automotive parts, accessories and services	88.3	94.4	93.0	92.1
General merchandise stores	98.5	99.2	99.3	99.3
Other semi-durable goods stores	85.7	92.7	91.0	90.5
Other durable goods stores	90.5	93.4	92.5	91.5
Other retail stores	90.9	96.3	94.7	95.5
<b>Total, all stores</b>	<b>90.7</b>	<b>95.2</b>	<b>94.6</b>	<b>94.3</b>
<b>Regions</b>				
Newfoundland	94.5	95.4	96.8	97.1
Prince Edward Island	92.0	95.5	94.6	94.2
Nova Scotia	94.1	96.5	96.3	96.6
New Brunswick	89.6	94.5	95.2	94.8
Quebec	88.6	94.7	94.5	92.9
Ontario	91.1	95.4	94.8	94.6
Manitoba	90.0	95.3	93.6	92.9
Saskatchewan	91.5	94.1	93.5	94.4
Alberta	91.0	95.0	93.7	94.9
British Columbia	91.7	95.7	94.4	94.6
Yukon	81.0	90.3	89.5	88.7
Nunavut	81.2	89.4	99.8	82.5
Northwest Territories	92.7	95.9	96.0	94.7



Tableau 4

**Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation (périodes courantes)**

Coefficient of variation Coefficient de variation			
January 2000 Janvier	December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	October 1999 Octobre
Per cent – Pourcentage			
<b>Groupe de commerce - Canada</b>			
1.5	1.5	1.5	1.5
6.0	6.3	5.6	5.7
2.2	2.0	2.0	2.4
3.5	3.4	3.2	3.1
4.0	3.3	3.2	3.4
3.2	2.6	2.6	3.3
1.9	1.7	1.7	2.0
3.9	4.4	3.9	4.5
4.4	4.0	3.5	4.4
3.5	3.5	3.6	3.5
2.7	2.5	2.5	2.5
2.8	2.4	2.6	2.5
0.8	0.6	0.7	0.8
4.5	3.7	4.3	4.6
3.9	3.5	3.4	4.1
2.4	1.6	2.2	2.1
<b>1.0</b>	<b>0.9</b>	<b>1.0</b>	<b>1.0</b>
<b>Total, ensemble des magasins</b>			
<b>Régions</b>			
5.0	2.8	3.8	3.9
1.7	1.4	1.6	2.0
4.9	3.6	4.2	4.9
3.6	2.7	2.9	3.0
2.6	2.3	2.6	2.5
1.9	1.6	1.9	1.9
2.2	2.1	2.1	2.0
2.3	2.1	2.1	2.0
2.7	2.0	2.3	2.8
1.8	1.4	1.6	1.6
0.6	0.5	0.5	0.5
-	-	-	-
-	-	-	-

Table 5

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Historical Estimates)**

	January 2000 Janvier	December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	October 1999 Octobre	September 1999 Septembre	August 1999 Août	July 1999 Juillet
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Trade Group - Canada</b>							
Supermarkets and grocery stores	4,486.3	4,680.8	4,590.1	4,567.2	4,561.6	4,554.9	4,527.9
All other food stores	369.4	379.4	371.5	366.9	368.2	364.2	360.8
Drugs and patent medicine stores	1,130.3	1,126.8	1,139.7	1,125.2	1,125.9	1,120.2	1,119.8
Shoe stores	138.9	137.3	127.3	138.8	129.3	131.2	136.1
Men's clothing stores	127.5	128.0	129.8	133.4	127.3	132.6	129.3
Women's clothing stores	386.9	379.4	382.4	379.3	361.1	377.0	374.0
Other clothing stores	588.6	564.6	559.7	567.7	552.9	559.9	573.1
Household furniture and appliance stores	992.9	970.6	946.5	978.5	929.3	939.0	937.5
Household furnishings stores	225.5	222.5	232.5	222.8	212.6	214.8	215.4
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	6,183.3	6,152.0	5,904.2	5,666.2	6,079.1	5,989.3	5,857.0
Gasoline service stations	1,608.6	1,604.4	1,555.7	1,545.9	1,526.5	1,511.4	1,443.9
Automotive parts, accessories and services	1,275.1	1,310.3	1,286.6	1,250.3	1,259.5	1,252.2	1,216.4
General merchandise stores	2,581.9	2,488.5	2,443.5	2,567.1	2,578.1	2,561.8	2,541.0
Other semi-durable goods stores	739.7	681.2	719.6	719.3	709.2	734.0	724.2
Other durable goods stores	607.2	594.6	584.6	592.8	582.3	582.5	577.9
Other retail stores	1,107.7	1,136.2	1,114.8	1,097.5	1,085.4	1,056.7	1,064.1
<b>Total, all stores</b>	<b>22,549.7</b>	<b>22,556.5</b>	<b>22,088.5</b>	<b>21,919.0</b>	<b>22,188.2</b>	<b>22,081.6</b>	<b>21,798.5</b>
<b>Regions</b>							
Newfoundland	360.3	355.7	354.2	347.0	352.8	344.5	342.4
Prince Edward Island	99.0	100.8	99.7	98.4	100.3	97.3	97.8
Nova Scotia	681.8	693.8	683.6	681.0	681.2	677.1	666.6
New Brunswick	566.3	563.1	550.2	545.9	550.7	556.5	543.7
Quebec	5,228.3	5,186.6	5,093.3	5,038.0	5,097.7	5,058.1	5,041.2
Ontario	8,610.2	8,599.6	8,481.7	8,440.1	8,483.2	8,581.5	8,378.5
Manitoba	773.1	783.0	755.9	736.4	773.7	768.0	746.6
Saskatchewan	663.5	673.4	655.4	632.0	656.9	658.9	641.6
Alberta	2,579.4	2,581.7	2,510.9	2,498.3	2,566.1	2,476.6	2,451.4
British Columbia	2,909.0	2,939.8	2,827.1	2,826.5	2,849.1	2,788.3	2,814.8
Yukon	27.9	28.6	27.5	26.6	28.2	27.1	27.1
Nunavut	14.7	14.4	14.6	14.6	14.9	14.4	14.4
Northwest Territories	36.1	36.1	34.3	34.2	33.4	33.1	32.3

Tableau 5

Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations historiques)

June 1999 Juin	May 1999 Mai	April 1999 Avril	March 1999 Mars	February 1999 Février	January 1999 Janvier	
Millions of dollars – Millions de dollars						
						<b>Groupe de commerce - Canada</b>
4,523.7	4,588.6	4,521.0	4,517.8	4,496.0	4,494.8	Supermarchés d'alimentation et épiceries
363.9	366.1	356.5	366.6	360.4	357.2	Tous les autres magasins d'alimentation
1,111.6	1,112.2	1,106.3	1,115.5	1,112.8	1,102.1	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
127.3	141.0	141.4	140.7	137.4	139.3	Magasins de chaussures
123.1	127.4	127.4	129.2	128.5	126.0	Magasins de vêtements pour hommes
366.9	375.5	370.2	373.3	374.5	374.6	Magasins de vêtements pour femmes
555.1	567.2	559.0	555.1	547.1	530.9	Autres magasins de vêtements
954.6	916.2	862.0	890.6	887.5	888.8	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
201.4	209.4	208.2	206.0	206.1	205.0	Magasins d'accessoires d'ameublement
5,702.5	5,485.1	5,623.4	5,689.0	5,601.6	5,544.3	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
1,401.2	1,405.3	1,392.6	1,318.0	1,286.5	1,287.4	Stations-service
1,246.0	1,239.4	1,229.5	1,228.0	1,196.7	1,253.0	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
2,492.4	2,492.7	2,446.3	2,440.4	2,436.1	2,490.7	Magasins de marchandises diverses
711.1	712.6	700.3	712.7	682.5	706.9	Autres magasins de produits semi-durables
577.6	581.4	584.7	599.0	596.1	616.1	Autres magasins de produits durables
1,061.4	1,064.0	1,025.9	1,012.0	1,015.3	1,007.8	Autres magasins de vente au détail
<b>21,519.9</b>	<b>21,384.2</b>	<b>21,254.7</b>	<b>21,294.1</b>	<b>21,065.0</b>	<b>21,125.0</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
						<b>Régions</b>
348.5	347.0	335.3	352.0	335.9	333.6	Terre-Neuve
99.0	93.9	90.3	92.5	89.3	89.3	Île-du-Prince-Édouard
689.5	668.9	632.2	660.6	660.0	654.5	Nouvelle-Écosse
535.7	544.4	523.4	520.5	513.2	509.2	Nouveau-Brunswick
4,962.8	4,994.4	4,983.1	5,019.6	4,955.4	4,965.9	Québec
8,249.2	8,193.5	8,111.1	8,085.2	7,976.2	7,960.1	Ontario
741.9	730.7	741.7	751.3	746.2	750.8	Manitoba
637.3	635.7	634.6	628.3	622.8	635.4	Saskatchewan
2,399.9	2,341.9	2,347.2	2,366.3	2,355.5	2,374.2	Alberta
2,782.4	2,761.5	2,785.7	2,744.9	2,738.3	2,780.9	Colombie-Britannique
27.6	27.7	27.2	26.7	28.0	26.1	Yukon
14.9	14.3	15.2	14.9	13.5	14.3	Nunavut
31.1	30.2	27.6	31.2	30.6	30.5	Territoires du Nord Ouest

Table 6

**Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Historical Estimates)**

	January 2000 Janvier	December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	October 1999 Octobre	September 1999 Septembre	August 1999 Août	July 1999 Juillet
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Trade Group - Canada</b>							
Supermarkets and grocery stores	4,300.8	5,096.0	4,324.5	4,651.7	4,542.2	4,504.2	4,991.1
All other food stores	321.1	476.6	350.6	365.5	358.9	359.9	385.1
Drugs and patent medicine stores	1,074.3	1,424.1	1,120.6	1,122.0	1,100.1	1,095.3	1,103.3
Shoe stores	105.7	178.3	140.3	159.1	139.0	135.0	129.8
Men's clothing stores	98.1	261.4	156.6	138.6	120.0	109.6	115.8
Women's clothing stores	275.0	611.3	408.8	399.6	373.6	358.7	371.1
Other clothing stores	427.8	968.3	617.5	614.8	586.0	604.4	524.9
Household furniture and appliance stores	830.0	1,453.1	1,046.1	1,010.2	959.7	943.5	946.0
Household furnishings stores	172.8	283.7	261.0	232.0	216.4	220.4	223.7
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,644.9	5,382.9	5,512.6	5,440.7	6,160.8	5,974.3	6,203.9
Gasoline service stations	1,466.3	1,614.8	1,523.3	1,593.2	1,566.3	1,642.9	1,583.7
Automotive parts, accessories and services	1,049.3	1,462.2	1,431.7	1,255.0	1,243.1	1,225.1	1,327.6
General merchandise stores	1,923.8	4,146.7	2,960.5	2,683.0	2,499.6	2,478.0	2,411.2
Other semi-durable goods stores	538.7	1,062.6	767.7	691.5	722.6	756.0	759.1
Other durable goods stores	486.7	1,128.9	554.4	533.8	566.2	609.5	598.9
Other retail stores	837.7	1,622.2	1,039.2	1,091.4	1,075.6	1,113.9	1,264.4
<b>Total, all stores</b>	<b>18,553.2</b>	<b>27,173.0</b>	<b>22,215.5</b>	<b>21,982.0</b>	<b>22,230.1</b>	<b>22,130.7</b>	<b>22,939.7</b>
<b>Regions</b>							
Newfoundland	276.9	427.8	371.1	346.6	349.5	357.1	374.0
Prince Edward Island	74.4	119.8	97.0	95.8	101.1	110.9	119.0
Nova Scotia	549.1	851.4	700.2	678.5	673.1	693.9	718.7
New Brunswick	437.7	673.1	557.4	551.4	551.2	574.9	592.6
Quebec	4,225.1	5,855.6	5,026.7	5,063.3	5,133.7	5,076.4	5,377.4
Ontario	7,039.6	10,664.6	8,661.2	8,417.2	8,533.9	8,446.6	8,695.5
Manitoba	644.7	968.3	760.8	754.3	773.7	764.3	771.8
Saskatchewan	563.8	818.9	667.2	661.8	651.7	662.6	671.6
Alberta	2,178.4	3,170.1	2,541.9	2,525.1	2,538.3	2,492.6	2,535.0
British Columbia	2,497.5	3,533.8	2,761.6	2,814.3	2,846.8	2,872.4	3,000.0
Yukon	21.7	31.4	24.9	25.2	29.0	30.8	33.3
Nunavut	13.0	17.3	14.0	14.8	14.4	14.9	14.9
Northwest Territories	31.4	41.0	31.5	33.6	33.7	33.2	36.0



Tableau 6

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations historiques)

June 1999 Juin	May 1999 Mai	April 1999 Avril	March 1999 Mars	February 1999 Février	January 1999 Janvier	Year 2000 Année	
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Groupe de commerce - Canada</b>							
4,559.3	4,700.0	4,520.1	4,289.5	3,981.0	4,478.8	4,300.8	Supermarchés d'alimentation et épiceries
379.3	379.3	351.1	345.5	315.8	321.8	321.1	Tous les autres magasins d'alimentation
1,094.2	1,094.1	1,092.4	1,100.2	1,020.4	1,063.5	1,074.3	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
140.2	165.0	143.1	109.0	81.3	108.4	105.7	Magasins de chaussures
125.9	126.3	115.2	95.9	80.0	99.1	98.1	Magasins de vêtements pour hommes
371.5	402.4	363.0	308.3	252.2	274.3	275.0	Magasins de vêtements pour femmes
507.6	540.8	501.4	466.9	356.9	387.0	427.8	Autres magasins de vêtements
911.4	834.8	775.1	791.5	689.3	743.7	830.0	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
215.9	205.1	193.1	194.5	160.1	158.4	172.8	Magasins d'accessoires d'ameublement
6,877.1	6,464.1	6,457.2	6,102.2	4,535.2	4,192.9	4,644.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
1,467.5	1,453.1	1,344.8	1,255.9	1,106.0	1,183.5	1,466.3	Stations-service
1,391.3	1,366.5	1,236.3	1,094.7	899.7	1,043.0	1,049.3	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
2,388.0	2,452.6	2,266.7	2,105.9	1,743.3	1,815.7	1,923.8	Magasins de marchandises diverses
762.9	806.1	629.6	553.7	478.6	513.0	538.7	Autres magasins de produits semi-durables
569.1	583.0	533.0	469.0	423.3	477.6	486.7	Autres magasins de produits durables
1,107.6	1,091.4	958.5	863.0	776.8	800.3	837.7	Autres magasins de vente au détail
<b>22,868.9</b>	<b>22,664.4</b>	<b>21,480.5</b>	<b>20,145.7</b>	<b>16,900.1</b>	<b>17,661.2</b>	<b>18,553.2</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Régions</b>							
373.8	371.0	335.8	323.3	256.8	262.5	276.9	Terre-Neuve
109.6	98.8	85.2	80.4	66.3	69.3	74.4	Île-du-Prince-Édouard
726.1	701.6	643.3	605.6	526.1	538.5	549.1	Nouvelle-Écosse
584.5	577.4	523.6	478.8	398.4	403.2	437.7	Nouveau-Brunswick
5,335.0	5,497.5	5,255.0	4,743.3	3,903.2	4,071.6	4,225.1	Québec
8,828.9	8,613.5	8,067.2	7,611.6	6,415.9	6,645.6	7,039.6	Ontario
776.6	761.8	748.6	714.7	600.6	635.2	644.7	Manitoba
673.9	652.8	633.8	585.4	500.4	551.0	563.8	Saskatchewan
2,504.9	2,466.9	2,351.6	2,279.7	1,898.1	2,014.7	2,178.4	Alberta
2,874.0	2,846.7	2,767.4	2,652.4	2,276.0	2,410.6	2,497.5	Colombie-Britannique
32.4	30.3	25.8	24.6	20.6	20.4	21.7	Yukon
14.2	14.9	15.4	14.5	12.0	12.4	13.0	Nunavut
35.0	31.1	27.7	31.3	25.6	26.2	31.4	Territoires du Nord Ouest

Table 7

**Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region  
(Current Periods)**

	Sales Ventas				
	January 2000 Janvier	December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	October 1999 Octobre	Year-to-date 2000 Cumulatif
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Regions</b>					
Newfoundland	78.9	182.6	147.3	119.5	78.9
Prince Edward Island	20.1	48.4	33.9	30.0	20.1
Nova Scotia	155.6	362.5	261.5	221.6	155.6
New Brunswick	122.1	267.8	198.5	170.9	122.1
Quebec	1,300.4	2,308.0	1,669.1	1,678.3	1,300.4
Ontario	2,398.1	4,714.9	3,284.1	3,071.5	2,398.1
Manitoba	178.1	373.9	251.6	234.8	178.1
Saskatchewan	172.6	332.8	232.4	218.9	172.6
Alberta	660.9	1,317.3	888.8	820.1	660.9
British Columbia	821.6	1,569.8	1,036.4	988.3	821.6
Yukon	4.7	9.3	6.4	6.1	4.7
Nunavut	10.4	14.1	11.4	12.0	10.4
Northwest Territories	9.6	16.9	12.3	12.5	9.6
<b>Total</b>	<b>5,933.1</b>	<b>11,518.4</b>	<b>8,033.5</b>	<b>7,584.6</b>	<b>5,933.1</b>

Table 8

**Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region  
(Historical Estimates)**

	January 2000 Janvier	December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	October 1999 Octobre	September 1999 Septembre	August 1999 Août	July 1999 Juillet
	January 2000 Janvier	December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	October 1999 Octobre	September 1999 Septembre	August 1999 Août	July 1999 Juillet
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Regions</b>							
Newfoundland	78.9	182.6	147.3	119.5	110.6	107.7	105.1
Prince Edward Island	20.1	48.4	33.9	30.0	30.5	36.5	35.9
Nova Scotia	155.6	362.5	261.5	221.6	206.0	215.7	202.4
New Brunswick	122.1	267.8	198.5	170.9	158.8	163.9	155.8
Quebec	1,300.4	2,308.0	1,669.1	1,678.3	1,573.7	1,578.2	1,612.2
Ontario	2,398.1	4,714.9	3,284.1	3,071.5	2,960.9	2,945.6	2,873.4
Manitoba	178.1	373.9	251.6	234.8	221.3	227.7	220.2
Saskatchewan	172.6	332.8	232.4	218.9	200.9	209.2	200.5
Alberta	660.9	1,317.3	888.8	820.1	799.5	817.7	778.0
British Columbia	821.6	1,569.8	1,036.4	988.3	990.5	976.7	968.6
Yukon	4.7	9.3	6.4	6.1	6.8	7.6	7.5
Nunavut	10.4	14.1	11.4	12.0	11.8	12.2	12.1
Northwest Territories	9.6	16.9	12.3	12.5	11.9	11.7	12.2
<b>Total</b>	<b>5,933.1</b>	<b>11,518.4</b>	<b>8,033.5</b>	<b>7,584.6</b>	<b>7,283.2</b>	<b>7,310.4</b>	<b>7,183.9</b>

Tableau 7

**Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					
January 2000 Janvier	December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	October 1999 Octobre	Year-to-date 2000 Cumulatif	
Per cent – Pourcentage					
					Régions
5.1	6.5	5.2	3.3	5.1	Terre-Neuve
3.1	7.8	13.0	6.8	3.1	Île-du-Prince-Édouard
0.7	8.4	7.5	5.5	0.7	Nouvelle-Écosse
5.4	8.1	7.7	4.1	5.4	Nouveau-Brunswick
3.5	4.2	2.8	3.8	3.5	Québec
6.9	5.8	4.7	8.3	6.9	Ontario
4.2	4.3	1.0	2.3	4.2	Manitoba
3.1	5.1	3.3	1.0	3.1	Saskatchewan
6.9	6.2	3.1	3.7	6.9	Alberta
3.2	4.5	3.7	2.7	3.2	Colombie-Britannique
14.6	9.4	10.3	-9.0	14.6	Yukon
4.0				4.0	Nunavut
-				-	Territoires du Nord Ouest
<b>5.2</b>	<b>5.4</b>	<b>4.1</b>	<b>5.3</b>	<b>5.2</b>	<b>Total</b>

Tableau 8

**Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)**

June 1999 Juin	May 1999 Mai	April 1999 Avril	March 1999 Mars	February 1999 Février	January 1999 Janvier	Year 2000 Année	
Millions of dollars – Millions de dollars							
							Régions
101.1	102.9	92.4	90.2	74.9	75.1	78.9	Terre-Neuve
31.7	28.1	22.7	22.7	19.0	19.5	20.1	Île-du-Prince-Édouard
196.9	198.6	177.2	178.9	147.0	154.5	155.6	Nouvelle-Écosse
150.3	151.3	139.6	131.6	110.8	115.8	122.1	Nouveau-Brunswick
1,575.5	1,683.7	1,507.1	1,321.8	1,117.2	1,256.2	1,300.4	Québec
2,876.7	2,905.7	2,632.2	2,465.3	2,141.4	2,243.0	2,398.1	Ontario
217.8	217.9	210.9	201.4	164.4	171.0	178.1	Manitoba
204.2	200.0	192.9	181.5	155.8	167.4	172.6	Saskatchewan
768.2	759.5	711.8	700.2	594.6	618.5	660.9	Alberta
932.9	932.6	896.6	873.2	737.0	796.1	821.6	Colombie-Britannique
7.0	5.8	5.3	5.2	4.2	4.1	4.7	Yukon
11.4	12.2	12.1	11.4	9.4	10.0	10.4	Nunavut
13.2	11.9	11.7	11.6	9.8	9.6	9.6	Territoires du Nord Ouest
<b>7,086.8</b>	<b>7,210.1</b>	<b>6,612.6</b>	<b>6,194.9</b>	<b>5,285.6</b>	<b>5,640.8</b>	<b>5,933.1</b>	<b>Total</b>

Table 9

## Retail Sales, Canada, Current and Constant (1992) Dollar Estimates

		Unadjusted Non désaisonné			
	Price Index	Current Dollars	Year to year per cent change Variation en pourcentage pour l'année	Constant 1992 dollars Dollars constants 1992	Year to year per cent change Variation en pourcentage pour l'année
	Indice des prix	Dollars courants			
		Millions \$	%	Millions \$	%
<b>1998</b>					
January	107.2	17,192.2	4.7	16,031.5	4.1
February	107.3	16,242.1	4.1	15,132.1	4.3
March	108.2	18,704.7	6.0	17,282.2	5.9
April	108.3	20,769.4	5.0	19,171.1	5.1
May	108.6	22,296.1	2.9	20,523.0	2.5
June	108.6	21,603.0	4.7	19,890.4	4.1
July	107.5	21,650.8	4.6	20,143.5	4.5
August	107.0	20,562.2	1.8	19,216.2	2.0
September	107.3	20,617.3	4.9	19,208.4	4.8
October	107.2	21,033.7	2.0	19,629.5	2.5
November	107.3	20,673.5	2.5	19,274.8	2.5
December	105.8	24,816.3	1.3	23,462.9	1.8
<b>Year</b>	<b>107.5</b>	<b>246,161.3</b>	<b>3.7</b>	<b>228,965.6</b>	<b>3.7</b>
<b>1999</b>					
January	107.5	17,661.2	2.7	16,426.9	2.5
February	107.8	16,900.1	4.1	15,684.4	3.6
March	109.5	20,145.7	7.7	18,406.2	6.5
April	109.9	21,480.5	3.4	19,549.5	2.0
May	109.9	22,664.4	1.7	20,628.3	0.5
June	110.0	22,868.9	5.9	20,787.7	4.5
July	109.5	22,939.7	6.0	20,945.8	4.0
August	109.7	22,130.7	7.6	20,181.8	5.0
September	110.2	22,230.1	7.8	20,168.9	5.0
October	109.8	21,982.0	4.5	20,017.8	2.0
November	109.7	22,215.5	7.5	20,245.8	5.0
December	108.5	27,173.0	9.5	25,050.7	6.8
<b>Year</b>	<b>109.3</b>	<b>260,391.8</b>	<b>5.7</b>	<b>238,093.8</b>	<b>4.0</b>
<b>2000</b>					
January	109.7	18,553.2	5.1	16,915.7	3.0
February					
March					
April					
May					
June					
July					
August					
September					
October					
November					
December					
<b>Year</b>					

1. Seasonally adjusted constant (1992) dollar estimates are derived by deflating, with an implicit price index, the seasonally adjusted current dollar estimate.



Tableau 9

## Commerce de détail, Canada, estimations en dollars courants et constants (1992)

Price Index Indice des prix	Current Dollars Dollars courants	Seasonally adjusted Désaisonnalisé		Constant 1992 dollars <sup>1</sup> Dollars constants 1992 <sup>1</sup>	Month to month per cent change Variation en pourcentage pour le mois	
		Month to month per cent change Variation en pourcentage pour le mois				
	Millions \$	%	Millions \$	%		
						<b>1998</b>
107.2	20,051.6	-3.8	18,702.2	-2.8		Janvier
107.0	20,243.3	1.0	18,921.9	1.2		Février
107.1	20,340.8	0.5	18,989.6	0.4		Mars
107.3	20,650.3	1.5	19,242.3	1.3		Avril
107.6	20,619.8	-0.1	19,155.0	-0.5		Mai
107.8	20,333.0	-1.4	18,855.6	-1.6		Juin
107.5	20,611.1	1.4	19,174.5	1.7		Juillet
107.5	20,616.1	0.0	19,177.2	0.0		Août
107.9	20,769.5	0.7	19,249.6	0.4		Septembre
107.5	20,511.1	-1.2	19,078.3	-0.9		Octobre
107.7	20,734.9	1.1	19,260.4	1.0		Novembre
107.6	20,702.5	-0.2	19,248.0	-0.1		Décembre
<b>107.5</b>	<b>246,184.0</b>	<b>...</b>	<b>229,054.6</b>	<b>...</b>		<b>Année</b>
						<b>1999</b>
107.5	21,125.0	2.0	19,644.8	2.1		Janvier
108.1	21,065.0	-0.3	19,600.4	-0.2		Février
108.1	21,294.1	1.1	19,691.8	0.5		Mars
108.9	21,254.7	-0.2	19,519.5	-0.9		Avril
109.1	21,384.2	0.6	19,608.0	0.5		Mai
109.2	21,519.9	0.6	19,710.0	0.5		Juin
109.5	21,798.5	1.3	19,899.6	1.0		Juillet
110.1	22,081.6	1.3	20,061.0	0.8		Août
110.6	22,188.2	0.5	20,061.5	0.0		Septembre
110.3	21,919.0	-1.2	19,870.8	-1.0		Octobre
110.1	22,088.5	0.8	20,057.8	0.9		Novembre
110.6	22,556.5	2.1	20,398.0	1.7		Décembre
<b>109.3</b>	<b>260,275.2</b>	<b>...</b>	<b>238,123.2</b>	<b>...</b>		<b>Année</b>
						<b>2000</b>
109.9	22,549.7	0.0	20,511.1	0.6		Janvier
						Février
						Mars
						Avril
						Mai
						Juin
						Juillet
						Août
						Septembre
						Octobre
						Novembre
						Décembre
						<b>Année</b>

1. La désaisonnalisation des estimations en dollars constants (1992) s'obtient en dégonflant avec un indice implicite, les données désaisonnalisées en dollars courants.



## APPENDIX I

## Définitions

**Retail Trade**, for the purpose of this publication, is defined as “the aggregate sales made through retail locations (outlets)”.

A **retail location**, as defined by Statistics Canada, is a “business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public, for household or personal consumption”. Retail trade estimates do **not** include any form of direct selling which bypasses the retail store, e.g., direct door-to-door selling; sales made through automatic vending machines; sales of newspapers or magazines sold directly by printers or publishers; and sales made by book and record clubs. The only exception is the mail-order and catalogue sales activities of department store businesses which have been classified to the “general merchandise store” category. In addition, retail trade excludes retail sales through ancillary units, (e.g., warehouses, head offices, etc.), sales of contractors whose major activity is not retailing; and retail transactions between individuals.

**Total net sales** include sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, food serving and other service activities, **less** returns, adjustments and discounts. Total net sales also include trade-in allowances, commissions earned from sales of goods owned by others (including commissions received for lottery ticket sales) and proprietor’s withdrawals of goods for personal use (at retail). Non-operating revenues, bad debts recovered and sales taxes (provincial sales tax and the Goods and Services Tax (GST) collected for remittance to a government agency are excluded. Prior to January 1991, sales data included the Federal Sales Tax (FST). Due to this change in indirect taxes, data prior to 1991 are not strictly comparable with those of subsequent years. For users interested in deriving comparable data, an estimate of the amount of FST included in retail sales for 1990 is available for Canada from the Retail Financial Section. The reliability of this estimate does not permit adjustments at the provincial level.

**Department store type merchandise (DSTM)** is defined as total retail trade minus the following trade groups: supermarkets and grocery stores; all other food stores; recreational and motor vehicle dealers; gasoline service stations; automotive parts, accessories and services; and all other retail stores (includes liquor, wine and beer stores and retail stores, n.e.c.).

## APPENDICE I

## Définitions

**Commerce de détail** signifie, pour les besoins de la présente publication, « l’ensemble des ventes faites par des points de vente au détail ».

Un **point de vente au détail**, suivant la définition de Statistique Canada, est un « local d’affaires (habituellement un magasin) dont l’activité principale est la vente de marchandises et de services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle ». Les estimations relatives au commerce de détail **ne prennent pas** en compte les ventes directes, c’est-à-dire les ventes qui ne sont pas faites par l’intermédiaire d’un point de vente au détail, par exemple les ventes directes par démarchage, les ventes par distributeur automatique, les ventes de journaux ou de revues faites directement par les imprimeurs et éditeurs, et les ventes faites par les cercles du livre et les clubs de disques. Il n’y a qu’une exception: les ventes des grands magasins faites par la poste ou par catalogue, qui sont classées dans la catégorie des « magasins de marchandises diverses ». En outre, le commerce de détail ne comprend pas les ventes au détail des unités auxiliaires (par exemple, entrepôts, sièges sociaux, etc.), ni les ventes des entrepreneurs dont l’activité principale ne relève pas du commerce de détail, ni les opérations de détail entre particuliers.

**Les ventes nettes totales** comprennent les ventes de marchandises neuves et d’occasion et les recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d’autres activités de services, **moins** la valeur des rendus (marchandises retournées), les ajustements et les rabais. Les ventes totales nettes comprennent également la valeur des reprises, les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui (y compris les commissions touchées pour la vente de billets de loterie) et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel. On ne prend pas en compte les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente (taxe de vente provinciale et la taxe sur les produits et les services (TPS)) perçues pour le compte d’un organisme public. Les données sur les ventes antérieures à janvier 1991 incluent la taxe de vente fédérale (TVF). Dû à ce changement dans les taxes indirectes, les données avant 1991 ne sont pas tout à fait comparables avec celles des années subséquentes. Pour les utilisateurs intéressés à calculer des données comparables, une estimation du montant de la TVF inclus dans les ventes au détail pour 1990 est disponible pour le Canada de la section du commerce de détail financiers. Cette estimation n’est pas suffisamment fiable pour permettre des ajustements au niveau provincial.

**Les marchandises du genre de celles vendues dans les grands magasins (MGGM)** correspondent au total du commerce de détail moins les groupes de commerce suivants: les supermarchés d’alimentation et les épiceries; tous les autres magasins d’alimentation; les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs; les stations-service; les magasins de pièces et d’accessoires pour véhicules automobiles et services; et les autres magasins de vente au détail (comprend les magasins de spiritueux, de vin et de bière et les magasins de vente au détail, n.e.a.).

## APPENDIX II

## Trade Group Coverage

<b>010</b>	<b>Supermarkets and Grocery Stores</b>
6011	Supermarkets
6012	Grocery stores(except supermarkets)
<b>020</b>	<b>All Other Food Stores</b>
6013	Bakery products stores
6014	Candy and nut stores
6015	Fruit and vegetable stores
6016	Meat markets
6019	Other specialty food stores, n.e.c.
<b>030</b>	<b>Drugs and Patent Medicine Stores</b>
6031	Pharmacies
6032	Patent medicine and toiletries stores
<b>040</b>	<b>Shoe Stores</b>
6111	Shoe stores
<b>050</b>	<b>Men's Clothing Stores</b>
6121	Men's clothing stores
<b>060</b>	<b>Women's Clothing Stores</b>
6131	Women's clothing stores
<b>070</b>	<b>Other Clothing Stores</b>
6141	Children's clothing stores
6142	Fur goods stores
6149	Other clothing stores, n.e.c.
6151	Fabric and yarn stores
<b>080</b>	<b>Household Furniture and Appliance Stores</b>
6211	Household furniture stores (with appliances and furnishings)
6212	Household furniture stores (without appliances and furnishings)
6213	Furniture refinishing and repair shops
6221	Appliance, television, radio and stereo stores
6222	Television, radio and stereo stores
6223	Appliance, television, radio and stereo repair shops
<b>090</b>	<b>Household Furnishings Stores</b>
6231	Floor covering stores
6232	Drapery stores
6239	Other household furnishings stores
<b>100</b>	<b>Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers</b>
6311	Automobile (new) dealers
6312	Automobile (used) dealers
6321	Motor home and travel trailer dealers
6322	Boats, outboard motors and boating accessories dealers
6323	Motorcycle and snowmobile dealers
6329	Other recreational vehicle dealers

## APPENDICE II

## Couverture des groupes de commerce

<b>010</b>	<b>Supermarchés d'alimentation et épiceries</b>
6011	Supermarchés d'alimentation
6012	Épiceries (sauf les supermarchés)
<b>020</b>	<b>Tous les autres magasins d'alimentation</b>
6013	Boulangeries-pâtisseries
6014	Confiseries et magasins de noix
6015	Magasins de fruits et légumes
6016	Marchés de viande
6019	Autres magasins d'alimentation spécialisés, n.c.a.
<b>030</b>	<b>Pharmacies et magasins de médicaments brevetés</b>
6031	Pharmacies
6032	Magasins de médicaments brevetés et de produits de toilette
<b>040</b>	<b>Magasins de chaussures</b>
6111	Magasins de chaussures
<b>050</b>	<b>Magasins de vêtements pour hommes</b>
6121	Magasins de vêtements pour hommes
<b>060</b>	<b>Magasins de vêtements pour dames</b>
6131	Magasins de vêtements pour dames
<b>070</b>	<b>Autres magasins de vêtements</b>
6141	Magasins de vêtements pour enfants
6142	Magasins de fourrures
6149	Autres magasins de vêtements, n.c.a.
6151	Magasins de tissus et de filés
<b>080</b>	<b>Magasins de meubles et d'appareils ménagers</b>
6211	Magasins de meubles de maison (avec appareils ménagers et accessoires d'ameublement)
6212	Magasins de meubles de maison (sans appareils ménagers ni accessoires d'ameublement)
6213	Ateliers de réparation de meubles
6221	Magasins d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
6222	Magasins de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
6223	Ateliers de réparation d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
<b>090</b>	<b>Magasins d'accessoires d'ameublement</b>
6231	Magasins de revêtements de sol
6232	Magasins de tentures
6239	Autres magasins d'accessoires d'ameublement
<b>100</b>	<b>Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs</b>
6311	Concessionnaires d'automobiles neuves
6312	Concessionnaires d'automobiles d'occasion
6321	Marchands de roulottes motorisées et de roulottes de voyage
6322	Marchands de bateaux, de moteurs hors-bord et d'accessoires pour bateaux
6323	Marchands de motocyclettes et de motoneiges
6329	Autres marchands de véhicules de loisir



<b>110</b>	<b>Gasoline Service Stations</b>	<b>110</b>	<b>Stations-service</b>
6331	Gasoline service stations	6331	Stations-service
<b>120</b>	<b>Automotive Parts, Accessories and Services</b>	<b>120</b>	<b>Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services</b>
6341	Home and auto supply stores	6341	Magasins de fournitures pour la maison et pour l'automobile
6342	Tire, battery, parts and accessories stores	6342	Magasins de pneus, d'accumulateurs, de pièces et d'accessoires
6351	Garages (general repairs)	6351	Garages (réparations générales)
6352	Paint and body repair shops	6352	Ateliers de peinture et de carrosserie
6353	Muffler replacement shops	6353	Ateliers de remplacement de silencieux
6354	Motor vehicle glass replacement shops	6354	Ateliers de remplacement de glaces pour véhicules automobiles
6355	Motor vehicle transmission repair and replacement shops	6355	Ateliers de réparation et de remplacement de boîtes de vitesse de véhicules automobiles
6359	Other motor vehicle repair shops	6359	Autres ateliers de réparation de véhicules automobiles
6391	Car washes	6391	Lave-autos
6399	Other motor vehicle services, n.e.c.	6399	Autres services pour véhicules automobiles, n.c.a.
<b>130</b>	<b>General Merchandise Stores</b>	<b>130</b>	<b>Magasins de marchandises diverses</b>
6411	Department stores	6411	Magasins à rayons
6412	General stores	6412	Magasins généraux
6413	Other general merchandise stores (variety and general merchandise stores)	6413	Autres magasins de marchandises diverses (bazars et magasins de marchandises diverses)
<b>140</b>	<b>Other Semi-Durable Goods Stores</b>	<b>140</b>	<b>Autres magasins de produits semi-durables</b>
6511	Book and stationery stores	6511	Librairies et papeteries
6521	Florist shops	6521	Fleuristes
6522	Lawn and garden centres	6522	Centres de jardinage
6531	Hardware stores	6531	Quincailleries
6532	Paint, glass and wallpaper stores	6532	Magasins de peinture, de vitre et de papier peint
6581	Toy and hobby stores	6581	Magasins de jouets et d'articles de loisir
6582	Gift, novelty and souvenir stores	6582	Magasins de cadeaux, d'articles de fantaisie et de souvenirs
<b>150</b>	<b>Other Durable Goods Stores</b>	<b>150</b>	<b>Autres magasins de produits durables</b>
6541	Sporting goods stores	6541	Magasins d'articles de sport
6542	Bicycle shops	6542	Magasins de bicyclettes
6551	Musical instrument stores	6551	Magasins d'instruments de musique
6552	Record and tape stores	6552	Magasins de disques et de bandes magnétiques
6561	Jewellery stores	6561	Bijouteries
6562	Watch and jewellery repair shops	6562	Ateliers de réparation de montres et de bijoux
6571	Camera and photographic supply stores	6571	Magasins d'appareils et de fournitures photographiques
<b>160</b>	<b>Other Retail Stores</b>	<b>160</b>	<b>Autres magasins de vente au détail</b>
6021	Liquor stores	6021	Magasins de spiritueux
6022	Wine stores	6022	Magasins de vin
6023	Beer stores	6023	Magasins de bière
6591	Second-hand merchandise stores, n.e.c.	6591	Magasins de marchandises d'occasion, n.c.a.
6592	Opticians' shops	6592	Opticiens
6593	Art galleries and artists' supply stores	6593	Galeries d'art et magasins de fournitures pour artistes
6594	Luggage and leather goods stores	6594	Magasins de bagages et de maroquinerie
6595	Monument and tombstone dealers	6595	Magasins de monuments funéraires et de pierres tombales
6596	Pet stores	6596	Magasins d'animaux de maison
6597	Coin and stamp dealers	6597	Marchands de pièces de monnaie et de timbres
6598	Mobile home dealers	6598	Marchands de maisons mobiles
6599	Other retail stores, n.e.c.	6599	Autres magasins de vente au détail, n.c.a.

**What  
if...**

**Que  
diriez-vous...**

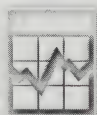
**WHAT IF** there were a place that could save you and your business time and money by offering a consolidated area with the latest in Canadian statistics?

**WHAT IF** there were a place that offered accessible and reliable data on an assortment of current hot topics on Canadian social and economic themes?

**WHAT IF** there were a place where analysis experts that know your markets could provide you with advice and customized data at your fingertips?

**WHAT IF** there were such a place?

**THERE IS SUCH A PLACE.**



**www.statcan.ca**

**BUILT FOR BUSINESS**

The official source of Canadian statistics  
All the time — All in one place

**QUE DIRIEZ-VOUS** de trouver au même endroit tout ce qu'il y a de plus récent en statistiques canadiennes et, du même coup, de réaliser une économie de temps et d'argent pour vous et votre entreprise?

**QUE DIRIEZ-VOUS** d'un endroit où seraient mises à votre portée des données fiables sur tout un éventail de sujets brûlants d'actualité du domaine social et économique canadien?

**QUE DIRIEZ-VOUS** d'un endroit où, en appuyant simplement sur quelques touches, vous auriez accès à des conseils et des données sur mesure, fournis par des analystes bien au courant des marchés auxquels vous vous intéressez?

**QUE DIRIEZ-VOUS** si un tel endroit existait?

**EH BIEN, IL EXISTE!**

**www.statcan.ca**

**CONÇU POUR LES AFFAIRES**

La source officielle de statistiques canadiennes  
en un endroit et en tout temps



# ORDER FORM

Statistics Canada

## TO ORDER:



MAIL

Statistics Canada  
Dissemination Division  
Circulation Management  
120 Parkdale Avenue  
Ottawa, Ontario  
K1A 0T6 Canada



PHONE  
1 800 267-6677  
(613) 951-7277



FAX  
1 877 287-4369  
(613) 951-1584



E-MAIL: [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca)



1 800 363-7629  
Telecommunication Device  
for the Hearing Impaired

(Please print)

Company

Department

Attention

Title

Address

City

Province

Postal Code

Phone

Fax

E-mail Address:

Your personal information is protected by the *Privacy Act*.<sup>\*\*</sup>

## METHOD OF PAYMENT:

(Check only one)



Please charge my:



VISA



MasterCard

Card Number

Expiry Date

Cardholder (please print)

Signature



Payment enclosed \$

(payable to the Receiver General for Canada)



Purchase  
Order Number  
(please enclose)

Authorized Signature

Catalogue Number	Title	Date of issue(s) or indicate an "S" for subscription(s)	Price (All prices exclude sales tax)	*Shipping Charges (Applicable to shipments sent outside Canada)	Quantity	Total \$

SUBTOTAL

GST (7%)

Applicable PST

Applicable HST  
(N.S., N.B., Nfld.)

GRAND TOTAL

PF099000

\*Shipping charges: No shipping charges for delivery in Canada. For shipments to the United States, please add \$6 per issue or item ordered. For shipments to other countries, please add \$10 per issue or item ordered. Annual frequency = 1. Quarterly frequency = 4. Monthly frequency = 12.

Canadian clients add either 7% GST and applicable PST or HST (GST Registration No. R121491807).

Clients outside Canada pay in Canadian dollars drawn on a Canadian bank or pay in equivalent US dollars, converted at the prevailing daily exchange rate, drawn on a US bank.

Statistics Canada is FIS-ready. Federal government departments and agencies must include with all orders their IS Organization Code \_\_\_\_\_ and IS Reference Code \_\_\_\_\_.

<sup>\*\*</sup> Statistics Canada will only use your information to complete this sales transaction, deliver your product(s), announce product updates and administer your account. From time to time, we may also offer you other Statistics Canada products and services and conduct market research. If you do not wish to be contacted again for promotional purposes or market research, check as appropriate and fax or mail this page to us, call 1 800 267-6677 or e-mail [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca).

## THANK YOU FOR YOUR ORDER!



Statistics Canada  
Statistique Canada

[www.statcan.ca](http://www.statcan.ca)

Canada







# Get online



# Soyez branché

with  
**Statistics Canada's  
Electronic Publications!**

grâce aux publications  
électroniques de  
**Statistique Canada!**

Go virtual with Statistics Canada's electronic publications. From Arts and Culture to Travel, Transport and Warehousing, you have over 120 titles in 18 topic categories to choose from — and the list is growing every day.

Vivez au rythme virtuel des publications électroniques de Statistique Canada. De la rubrique Arts et culture à la rubrique Voyages, transport et entreposage, vous trouverez plus de 120 titres répartis en 18 catégories, et la liste s'allonge de jour en jour.

## Save money.

Order online and you'll receive a 25% price reduction from that of our print publications.

## One price, many rewards.

Statistics Canada subscriptions offer indefinite access to your publication and up to three years of its previous issues.

## Built to last.

Unlike paper, e-versions won't yellow, fade or tear. They will stay intact and accessible for years to come!

## Find the information you need now.

Online documents allow you to search, locate and print exactly what you are looking for.

## Be the first to know.

Our electronic publications are regularly available before print versions, so you always have access to the most current releases.

## Feel safe about ordering online.

Our secure site makes using your credit card online safe and easy. Guaranteed.

## Be green.

By consciously choosing electronic over paper, you're doing your part to be ecologically friendly. Feel good about doing business, respecting the environment and saving precious resources.

## Save time.

Access your publication on the day of release — no more waiting for delivery.

## Put the data to work.

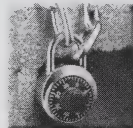
Copy text from our online publications right into your documents and databases.

## Access anywhere, anytime.

Get up-to-date detailed information quickly and efficiently, regardless of location and time constraints.

On our site, go to Products and Services, select Downloadable publications (\$) and simply follow the steps to subscribe or purchase. It's that easy!

**www.statcan.ca**  
**BUILT FOR BUSINESS**



## Économisez de l'argent.

Les achats en ligne vous donnent droit à un rabais de 25 % sur le prix des ouvrages imprimés.

## Un seul prix, beaucoup de primes.

À Statistique Canada, les abonnements sont assortis d'un accès illimité à la publication que vous choisissez et aux numéros antérieurs pour une période pouvant couvrir jusqu'à trois années.

## Conçues pour durer.

Contrairement aux documents imprimés, les versions électroniques ne jaunissent pas, ne se décolorent pas et ne se déchirent pas. Elles restent intactes et accessibles pendant des années!

## Trouvez les renseignements que vous cherchez maintenant.

Les documents en ligne vous permettent de chercher, de trouver et d'imprimer exactement ce que vous désirez obtenir.

## Prenez la tête du peloton.

Nos publications électroniques sortent généralement avant les versions imprimées; vous avez donc accès aux parutions les plus récentes.

## Soyez rassuré quant aux commandes en ligne.

Grâce à la sûreté de notre site, l'utilisation en ligne de votre carte de crédit est simple et sans risque. C'est garanti.

## Pensez «écolo».

En optant pour les produits électroniques plutôt que les documents imprimés, vous participez à la préservation de l'environnement. Faites d'une pierre, trois coups : travaillez, respectez l'environnement et conservez des ressources précieuses.

## Gagnez du temps.

Accédez à la publication le jour de sa parution — aucun délai de livraison.

## Mettez les données à l'oeuvre.

Copiez des extraits de nos publications en ligne directement dans vos documents et bases de données.

## Accès partout, en tout temps.

Obtenez rapidement et efficacement des renseignements détaillés et à jour, peu importe les contraintes de lieu et de temps.

Sur notre site, cliquez sur Produits et services, puis sélectionnez Publications téléchargeables (\$). Vous n'avez qu'à suivre les étapes pour acheter ou vous abonner. C'est aussi simple que cela!

**COMMANDEZ  
MAINTENANT!**  
**ORDER NOW!**

**www.statcan.ca**  
**CONÇU POUR LES AFFAIRES**

# Perspectives on Labour and Income

## Crucial to leading decision makers

The current emphasis on information resonates loudly in the workplace. **Perspectives on Labour and Income** meets your need for accurate, timely and comprehensive information. The bottom line? You get vital data and analysis on the workplace and related issues facing contemporary Canada!

### Your springboard to success

Each analytical article in this quarterly journal has clear charts, tables and summaries.

**Perspectives** reveals the latest labour and demographic statistics – essential to

- ▶ determine how attitudes toward retirement influence investment decisions
- ▶ evaluate the effect of wage trends on union bargaining
- ▶ forecast the effect of employment on the demand for goods and services or social programs
- ▶ compare your organization within your industry
- ▶ develop labour market studies
- ▶ ... and much more!

# L'emploi et le revenu en perspective

## Un outil essentiel pour les décideurs

De nos jours, on attache beaucoup d'importance à

l'information en milieu de travail. La revue **L'emploi et le revenu en perspective** répond à vos besoins pour des renseignements qui sont à la fois précis, actuels et complets. Vous disposerez alors de données essentielles et d'analyses sur le milieu du travail et sur d'autres défis auxquels le Canada est confronté!

### Le tremplin à votre succès

Les articles analytiques de cette revue trimestrielle comportent des graphiques, des tableaux et des sommaires conçus de façon à présenter clairement les statistiques sur le

marché du travail et les statistiques démographiques qui sont essentielles pour :

- ▶ déterminer dans quelle mesure les attitudes à l'égard de la retraite influent sur les décisions en matière de placements
- ▶ évaluer l'effet des tendances salariales sur les négociations syndicales
- ▶ faire des prévisions relatives à l'incidence de l'emploi sur la demande de biens et de services ou sur les programmes sociaux
- ▶ comparer votre organisation à votre branche d'activité dans son ensemble
- ▶ effectuer des études sur le marché du travail
- ▶ ... et bien plus encore!

### One easy decision: Subscribe today!

When you invest in this Statistics Canada journal, you're investing in your future. **Perspectives on Labour and Income** (cat. no. 75-001-XPE) costs \$58 in Canada (plus applicable taxes) and US\$58 outside Canada.

To subscribe:

CALL toll free 1 800 267-6677 FAX 1 800 889-9734

WRITE to Statistics Canada, Circulation Management, Dissemination Division, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario K1A 0T6 Canada.

Order via E-MAIL at [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca)

Or CONTACT your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre listed in this publication.

### Une décision facile à prendre : c'est de vous abonner dès maintenant!

En investissant dans cette revue de Statistique Canada, vous investissez aussi dans votre avenir. **L'emploi et le revenu en perspective** (n° 75-001-XPF au catalogue) se vend 58 \$ au Canada (taxes en sus) et 58 \$ US à l'extérieur du Canada.

Pour vous abonner :

TÉLÉPHONEZ sans frais au 1 800 267-6677 TÉLÉCOPIEZ au 1 800 889-9734

ÉCRIVEZ à Statistique Canada, Gestion de la circulation, Division de la diffusion, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6 Canada.

Commandez par COURRIEL à [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca)

Ou COMMUNIQUEZ avec le Centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous mentionné dans la présente publication.





Catalogue no. 63-005-XPB

# Retail Trade

February 2000

N° 63-005-XPB au catalogue

# Commerce de détail

Février 2000



Statistics  
Canada

Statistique  
Canada

Canada

## How to obtain more information

Specific inquiries about this product and related statistics or services should be directed to: Marketing and Client Services Section, Distributive Trades Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (telephone: (613) 951-3549) or toll free at 1 877 421-3067).

For information on the wide range of data available from Statistics Canada, you can contact us by calling one of our toll-free numbers. You can also contact us by e-mail or by visiting our Web site.

National inquiries line	1 800 263-1136
National telecommunications device for the hearing impaired	1 800 363-7629
Depository Services Program inquiries	1 800 700-1033
Fax line for Depository Services Program	1 800 889-9734
E-mail inquiries	infostats@statcan.ca
Web site	www.statcan.ca

## Ordering and subscription information

This product, Catalogue no. 63-005-XPB, is published monthly as a standard printed publication at a price of CDN \$21.00 per issue and CDN \$206.00 for a one-year subscription. The following additional shipping charges apply for delivery outside Canada:

	Single issue	Annual subscription
United States	CDN \$ 6.00	CDN \$72.00
Other countries	CDN \$ 10.00	CDN \$120.00

This product is also available in electronic format on the Statistics Canada Internet site as Catalogue no. 63-005-XIB at a price of CDN \$16.00 per issue and CDN \$155.00 for a one-year subscription. To obtain single issues or to subscribe, visit our Web site at [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca), and select Products and Services.

All prices exclude sales taxes.

The printed version of this publication can be ordered by

- Phone (Canada and United States) **1 800 267-6677**
- Fax (Canada and United States) **1 877 287-4369**
- E-mail **order@statcan.ca**
- Mail Statistics Canada  
Dissemination Division  
Circulation Management  
120 Parkdale Avenue  
Ottawa, Ontario K1A 0T6
- And, in person at the Statistics Canada Reference Centre nearest you, or from authorised agents and bookstores.

When notifying us of a change in your address, please provide both old and new addresses.

## Standards of service to the public

Statistics Canada is committed to serving its clients in a prompt, reliable and courteous manner and in the official language of their choice. To this end, the Agency has developed standards of service which its employees observe in serving its clients. To obtain a copy of these service standards, please contact Statistics Canada toll free at 1 800 263-1136.

## Comment obtenir d'autres renseignements

Toute demande de renseignements au sujet du présent produit ou au sujet de statistiques ou de services connexes doit être adressée à : Section du marketing et service à la clientèle, Division de la statistique du commerce, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (téléphone : (613) 951-951-3549) ou sans frais au 1 877 421-3067.

Pour obtenir des renseignements sur l'ensemble des données de Statistique Canada qui sont disponibles, veuillez composer l'un des numéros sans frais suivants. Vous pouvez également communiquer avec nous par courriel ou visiter notre site Web.

Service national de renseignements	1 800 263-1136
Service national d'appareils de télécommunications pour les malentendants	1 800 363-7629
Renseignements concernant le Programme des bibliothèques de dépôt	1 800 700-1033
Télécopieur pour le Programme des bibliothèques de dépôt	1 800 889-9734
Renseignements par courriel	infostats@statcan.ca
Site Web	www.statcan.ca

## Renseignements sur les commandes et les abonnements

Le produit n° 63-005-XPB au catalogue est publié mensuellement en version imprimée standard et est offert au prix de 21 \$ CA l'exemplaire et de 206 \$ CA pour un abonnement annuel. Les frais de livraison supplémentaires suivants s'appliquent aux envois à l'extérieur du Canada :

	Exemplaire	Abonnement annuel
États-Unis	6 \$ CA	72 \$ CA
Autres pays	10 \$ CA	120 \$ CA

Ce produit est aussi disponible sous forme électronique dans le site Internet de Statistique Canada, sous le n° 63-005-XIB au catalogue, et est offert au prix de 16 \$ CA l'exemplaire et de 155 \$ CA pour un abonnement annuel. Les utilisateurs peuvent obtenir des exemplaires ou s'abonner en visitant notre site Web à [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca) et en choisissant la rubrique Produits et services.

Les prix ne comprennent pas les taxes de ventes.

La version imprimée peut être commandée par

- Téléphone (Canada et États-Unis) **1 800 267-6677**
- Télécopieur (Canada et États-Unis) **1 877 287-4369**
- Courriel **order@statcan.ca**
- Poste Statistique Canada  
Division de la diffusion  
Gestion de la circulation  
120, avenue Parkdale  
Ottawa (Ontario) K1A 0T6
- En personne au bureau régional de Statistique Canada le plus près de votre localité ou auprès des agents et librairies autorisés.

Lorsque vous signalez un changement d'adresse, veuillez nous fournir l'ancienne et la nouvelle adresse.

## Normes de service à la clientèle

Statistique Canada s'engage à fournir à ses clients des services rapides, fiables et courtois, et ce, dans la langue officielle de leur choix. À cet égard, notre organisme s'est doté de normes de service à la clientèle qui doivent être observées par les employés lorsqu'ils offrent des services à la clientèle. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec Statistique Canada au numéro sans frais 1 800 263-1136.





Statistics Canada  
Distributive Trades Division  
Retail Financial Section

# Retail Trade

February 2000

Statistique Canada

Division de la statistique du commerce  
Section du commerce de détails financiers

# Commerce de détail

Février 2000

Published by authority of the Minister  
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 2000

All rights reserved. No part of this publication  
may be reproduced, stored in a retrieval system or  
transmitted in any form or by any means, electronic,  
mechanical, photocopying, recording or otherwise  
without prior written permission from Licence  
Services, Marketing Division, Statistics Canada,  
Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

April 2000

Catalogue no. 63-005-XPB, Vol. 72, No. 2  
ISSN 0380-6146

Frequency: Monthly

Catalogue no. 63-005-XIB, Vol. 72, No. 2  
ISSN 1488-0008

Ottawa

Publication autorisée par le ministre  
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 2000

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire  
ou de transmettre le contenu de la présente publication,  
sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit,  
enregistrement sur support magnétique, reproduction  
électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou  
de l'emmagasiner dans un système de recouvrement,  
sans l'autorisation écrite préalable des Services de  
concession des droits de licence, Division du  
marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario,  
Canada K1A 0T6.

Avril 2000

N° 63-005-XPB au catalogue, vol. 72, n° 2  
ISSN 0380-6146

Périodicité : mensuelle

N° 63-005-XIB au catalogue, vol. 72, n° 2  
ISSN 1488-0008

Ottawa

---

## Note of appreciation

*Canada owes the success of its statistical system  
to a long-standing partnership between Statistics  
Canada, the citizens of Canada, its businesses,  
governments and other institutions. Accurate and  
timely statistical information could not be produced  
without their continued cooperation and goodwill.*

---

## Note de reconnaissance

*Le succès du système statistique du Canada repose  
sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada  
et la population, les entreprises, les administrations  
canadiennes et les autres organismes. Sans cette  
collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible  
de produire des statistiques précises et actuelles.*

## Symbols

The following standard symbols are used in this Statistics Canada publication:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

### NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

### A NOTE ON CANSIM

All current and historical statistics on Retail Trade (Matrix Nos. 2299, 2397-2416 and 2418-2420), as well as many other series are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian – Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printout, or in machine readable form. For further information, contact the Cansim staff or Dissemination Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (telephone (613) 951-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- **F. Maranda**, Director, Distributive Trades Division
- **R. Lussier**, Assistant Director, Distributive Trades Division
- **B. Meyer**, Chief, Retail Financial Section, Distributive Trades Division
- **P. Gratton**, Senior Economist, Retail Financial Section, Distributive Trades Division

## Signes conventionnels

Les signes conventionnels suivants sont employés uniformément dans cette publication de Statistique Canada :

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

### NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

### NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système Canadien d'information socio-économique) fournit au public toutes les statistiques actuelles et historiques sur le Commerce de détail (matrice nos 2299, 2397-2416 et 2418-2420), et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports ordinolingués. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de CANSIM de la Division de la diffusion, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone (613) 951-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de :

- **F. Maranda**, directeur, Division de la statistique du commerce
- **R. Lussier**, directeur adjoint, Division de la statistique du commerce
- **B. Meyer**, chef, section du commerce de détails financiers, Division de la statistique du commerce
- **P. Gratton**, économiste principal, Section du commerce de détails financiers, Division de la statistique du commerce

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences - Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 - 1984.



Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'American National Standard for Information Sciences "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 1984.



## TABLE OF CONTENTS

	PAGE
Highlights	v
Charts	vii
For Further Reading	ix

## Table

1. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	2
2. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	4
3. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)	6
4. Retail Trade Sample Response Fraction and Coefficient of Variation (Current Periods)	22
5. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	24
6. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	26
7. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Current Periods)	28
8. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Historical Estimates)	28
9. Retail Sales, Current and Constant (1992) Dollar Estimates	30
10. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (1998 Revised Historical Estimates)	32
11. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (1998 Revised Historical Estimates)	38

## Appendix

I. Definitions	45
II. Methodology	46
III. Data Reliability	49
IV. Seasonal Adjustment	53
V. Trade Group Coverage	55

## TABLE DES MATIÈRES

	PAGE
Faits saillants	v
Graphiques	vii
Lectures suggérées	ix

## Tableau

1. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	2
2. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	4
3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)	6
4. Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation (périodes courantes)	22
5. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	24
6. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	26
7. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)	28
8. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)	28
9. Ventes au détail, estimations en dollars courants et constants (1992)	30
10. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques révisées 1998)	32
11. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques révisées 1998)	38

## Appendice

I. Définitions	45
II. Méthodologie	46
III. Fiabilité des données	49
IV. Désaisonnalisation	53
V. Couverture des groupes de commerce	55

## Note to users

Monthly estimates (unadjusted data) for four metropolitan areas (Montreal, Toronto, Winnipeg and Vancouver) can be tabulated by trade group and are available for purchase. For information on metropolitan area estimates, contact the Marketing and Client Services Section at (613) 951-3549 or toll free at 1 877 421-3067.

Users interested in acquiring further information relating to the methodology, seasonal adjustment and data reliability of this survey may consult the February 2000 issue (containing revisions to the previous year) of this publication or contact the Marketing and Client Services Section.

## Notes aux utilisateurs

Les estimations mensuelles (non désaisonnalisées) pour les quatre régions métropolitaines (Montréal, Toronto, Winnipeg et Vancouver) par groupe de commerce sont disponibles pour achat. Pour plus de renseignements sur les régions métropolitaines, communiquez avec la Section du marketing et services à la clientèle au (613) 951-3549 ou sans frais au 1 877 421-3067.

Les utilisateurs qui sont intéressés d'obtenir plus de renseignements concernant la méthodologie, la désaisonnalisation et la fiabilité des données de cette enquête peuvent consulter le numéro de février 2000, de cette publication (incluant les révisions de l'année précédente) ou communiquer avec la Section du marketing et services à la clientèle.



## Highlights

Consumers reduced their purchases in retail stores by 1.1% in February to \$22.3 billion. This decline follows a month of unchanged sales in January. Retail sales were down in all sectors in February by at least 1.0%, with the exception of food stores (+1.8%).

Despite the weak performance of the last two months, retailers have enjoyed strong sales since the fall of 1998, after a period of smaller gains in the spring and summer of that year. Before that, sales rose from the start of 1996 until the spring of 1998. Sales in February were 4.9% higher than the same month in 1999.

### Consumers are back in food stores

In February, sales advances in supermarkets (+1.9%) and other food stores (+0.8%) pushed sales up in the retail food sector by 1.8%. February's gain follows two months of unusual sales. Concern over potential Y2K problems and millennial festivities were mainly responsible for strong sales in December 1999. In January, consumers reduced considerably their purchases in food stores after strong activity the previous month. Sales in food stores have generally been increasing since the spring of 1996.

### Auto sector led the declines

Lower sales by motor and recreational vehicle dealers (-5.1%) and automotive parts, accessories and service stores (-1.0%) led to a 2.5% sales drop in the automotive sector in February. Sales by both dealers and parts and service stores were also weak in January, after two months of healthy gains. Despite some slowing in recent months, motor and recreational vehicle dealers have enjoyed strong sales since the fall of 1998. Sales in automotive parts, accessories and service stores have generally been rising since the fall of 1997.

#### Note to users

Retail sales estimates are revised every year with the February release. The unadjusted monthly estimates in current and constant dollars for 1997, 1998, 1999 and January 2000 have been revised. Seasonal factors and seasonally adjusted estimates in current and constant dollars have also been revised for the period from January 1997 to January 2000. These revisions are now available on CANSIM or on request from Statistics Canada. The revised 1999 estimates will also appear in the February 2000 issue of Retail trade (63-005-XIB).

## Faits saillants

En février, les consommateurs ont réduit de 1,1 % leurs achats chez les détaillants, dont les ventes ont totalisé 22,3 milliards de dollars. Cette baisse fait suite à la stagnation des ventes observée en janvier. En février, les ventes au détail ont reculé d'au moins 1,0 % dans tous les secteurs, à l'exception de celui des magasins d'alimentation (+1,8 %).

En dépit des résultats décevants des deux derniers mois, les détaillants bénéficient de ventes vigoureuses depuis l'automne 1998, après avoir enregistré des augmentations moins importantes durant le printemps et l'été de la même année. Auparavant, ils avaient connu des ventes en hausse du début de 1996 au printemps de 1998. En février, les ventes dépassaient de 4,9 % le niveau du mois correspondant de 1999.

### Retour des consommateurs dans les magasins d'alimentation

La progression des ventes observée en février dans les supermarchés (+1,9 %) et dans les autres magasins d'alimentation (+0,8 %) a relevé de 1,8 % les ventes du secteur de l'alimentation. La hausse observée en février survient après deux mois de ventes inhabituelles. L'inquiétude au sujet du bogue de l'an 2000 et les festivités entourant le nouveau millénaire expliquent en grande partie les fortes ventes observées en décembre 1999. En janvier, les consommateurs ont réduit considérablement leurs achats dans les magasins d'alimentation, après l'activité soutenue du mois précédent. Dans l'ensemble, les ventes des magasins d'alimentation sont généralement en progression depuis le printemps 1996.

### Le secteur de l'automobile enregistre le recul le plus marqué

La diminution des ventes chez les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs (-5,1 %) et chez les détaillants de pièces, d'accessoires et de services pour véhicules automobiles (-1,0 %) s'est traduite par une chute de 2,5 % des ventes du secteur de l'automobile en février. Ces concessionnaires et détaillants de pièces et service avaient également connu des ventes faibles en janvier, après deux mois de vigoureuses progressions. Malgré un certain ralentissement ces derniers mois, les ventes des concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs sont en pleine progression depuis l'automne 1998. Quant aux ventes des détaillants de pièces, d'accessoires et de services pour véhicules automobiles, elles sont généralement en hausse depuis l'automne 1997.

#### Note aux lecteurs

Les estimations des ventes au détail sont révisées chaque année en février. Les estimations mensuelles non désaisonnalisées en dollars courants et constants de 1997, 1998, 1999 et janvier 2000 ont été révisées. Les estimations des facteurs saisonniers et les estimations désaisonnalisées en dollars courants et constants ont aussi été révisées pour la période allant de janvier 1997 à janvier 2000. On peut maintenant se procurer ces révisions dans CANSIM ou, sur demande, auprès de Statistique Canada. Les estimations révisées de 1999 figureront aussi dans le numéro de février 2000 du Commerce de détail (63-005-XIB).

Also in the auto sector, gasoline service stations posted a 6.0% jump in sales in February, partially owing to higher gasoline prices, which rose an average 3.1% from the previous month. In February, sales by gasoline service stations were 35.0% higher compared with February 1999, the last month before gasoline prices took off.

Restrained consumer spending in February also took its toll on sales in the general merchandise sector (-1.5%). In this sector, sales were down 2.2% in department stores and 0.5% in other general merchandise stores. Despite February's decline, sales in the whole general merchandise sector remain about the same as at the end of summer 1999, before the most recent industry restructuring.

Retailers in the remaining sectors posted similar sales declines in February. Sales were down 1.3% in both furniture stores and clothing stores, after two months of strong gains. Sales in furniture stores and clothing stores have generally advanced since early 1996.

Stores classified as "other retail" reported a 1.2% sales drop in February, following a 2.0% gain in January. The "other retail" category includes liquor stores, sporting goods stores, hardware stores and bookstores. Retailers in this sector have been enjoying rising sales since mid-1996.

Drug store sales (-1.1%) were also down in February. Sales in drug stores have flattened out since the fall of 1999, after a year of gains.

### **Retail sales varied considerably by province**

Retailers in Quebec (-2.8%), New Brunswick (-1.5%) and Ontario (-1.3%) posted the greatest sales declines in February; those in Nova Scotia (+3.0%) and Prince Edward Island (+2.9%) reported the strongest gains.

February's diminishing retail sales in Quebec and Ontario followed three consecutive monthly gains. In February, sales in these two provinces were down in all retail sectors except food stores. Quebec retailers have reported generally advancing sales since the summer of 1998, after volatile sales in the first part of that year. In Ontario, retail sales have generally been rising since the summer of 1996.

### **Related indicators for March**

On the strength of full-time jobs, total employment increased 0.2% in March compared with February. Preliminary figures from the auto industry indicate a rise in the number of new motor vehicles sold to consumers in March. Housing starts fell 1.1% in March, following a significant 11.9% rise in February.

Toujours dans le secteur de l'automobile, les stations-service ont vu leur ventes bondir de 6,0 % en février, augmentation expliquée en partie par une hausse du prix de l'essence, qui a augmenté en moyenne de 3,1 % par rapport au mois précédent. En février, les ventes des stations-service dépassaient de 35,0 % celles enregistrées en février 1999, le dernier mois avant l'envolée des prix de l'essence.

La compression des dépenses effectuée par les consommateurs en février s'est également répercutée sur les ventes du secteur des marchandises diverses (-1,5 %). Dans ce secteur, les ventes ont diminué de 2,2 % dans le cas des grands magasins et de 0,5 % dans celui des autres magasins de marchandises diverses. Malgré le recul enregistré en février, les ventes pour l'ensemble du secteur sont demeurées à peu près au niveau observé à la fin de l'été 1999, avant la plus récente restructuration qui a touché ce secteur.

Les détaillants des autres secteurs ont accusé des baisses semblables de leurs ventes en février. Ainsi, les ventes ont diminué de 1,3 % tant chez les détaillants de meubles que dans les magasins de vêtements, après deux mois de fortes hausses. En général, les magasins de meubles et les magasins de vêtements voient leurs ventes progresser depuis le début de 1996.

Les magasins appartenant à la catégorie «autres magasins de détail» ont indiqué une baisse de 1,2 % de leurs ventes en février, après avoir enregistré une progression de 2,0 % en janvier. Cette catégorie comprend les magasins de boissons alcoolisées et d'articles de sport, ainsi que les quincailleries et les librairies. Les ventes des détaillants de ce secteur sont à la hausse depuis le milieu de 1996.

Les ventes des pharmacies ont également reculé en février (-1,1 %). Les ventes de ces établissements stagnent depuis l'automne 1999, après une année de croissance.

### **Fluctuations considérables des ventes au détail selon la province**

En février, les détaillants du Québec (-2,8 %), du Nouveau-Brunswick (-1,5 %) et de l'Ontario (-1,3 %) ont enregistré les plus fortes baisses de ventes, tandis que les détaillants de la Nouvelle-Écosse (+3,0 %) et de l'Île-du-Prince-Édouard (+2,9 %) ont déclaré les hausses les plus importantes.

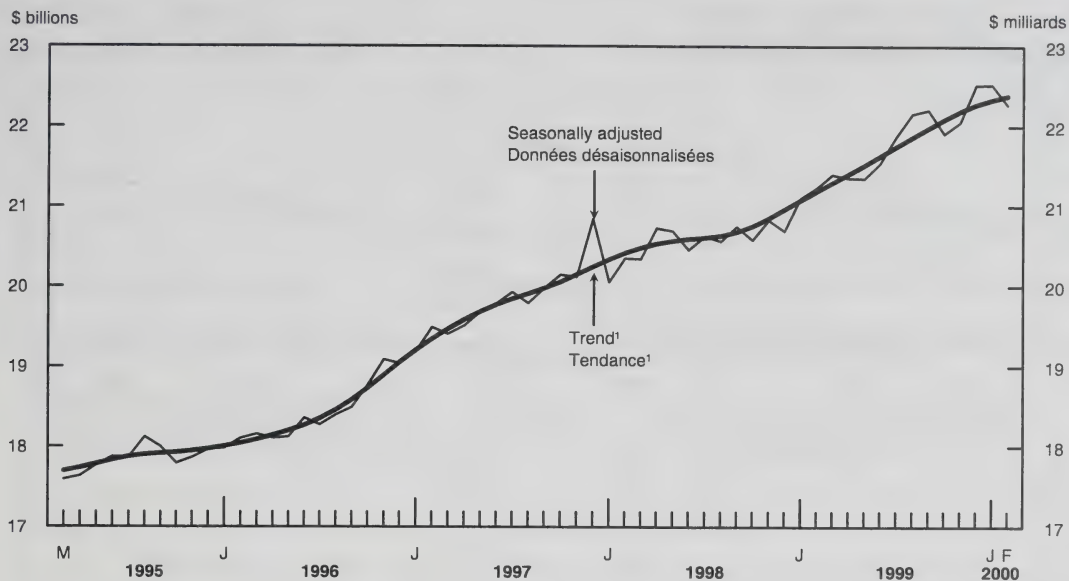
La baisse des ventes au Québec et en Ontario en février survient après trois augmentations mensuelles consécutives. En février, les ventes ont diminué dans tous les secteurs de la vente au détail de ces deux provinces, à l'exception de celui des magasins d'alimentation. Au Québec, les détaillants ont déclaré en général une croissance des ventes depuis l'été 1998, après avoir connu des hauts et des bas au cours de la première partie de la même année. En Ontario, les ventes sont généralement en progression depuis l'été 1996.

### **Indicateurs connexes pour mars**

Compte tenu de la vigueur de l'emploi à temps plein, le nombre total d'emplois a augmenté de 0,2 % en mars par rapport à février. Les données provisoires provenant du secteur de l'automobile font ressortir une augmentation du nombre de véhicules neufs vendus aux consommateurs en mars. Au cours du même mois, les mises en chantier ont chuté de 1,1 %, après une hausse importante de 11,9 % survenue en février.

## Retail Sales – Canada

## Canada Ventes au détail – Canada



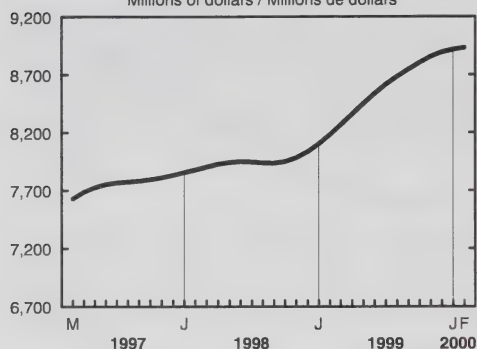
¹ Trends represent smoothed seasonally adjusted data.

¹ Les tendances représentent les données désaisonnalisées lissées.

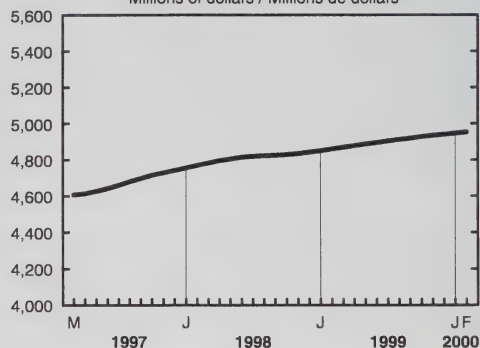
# Retail Sales Trends<sup>1</sup> – Canada, By Major Group

# Tendances<sup>1</sup> des ventes au détail – Canada, par groupe principal

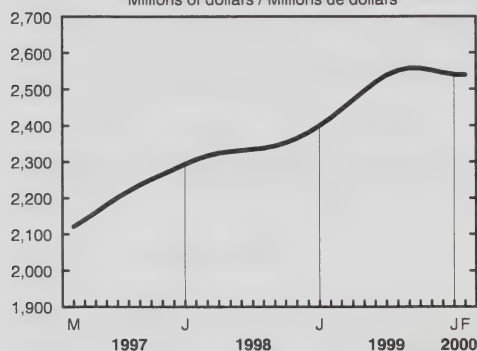
**Automotive / Véhicules automobiles**  
Millions of dollars / Millions de dollars



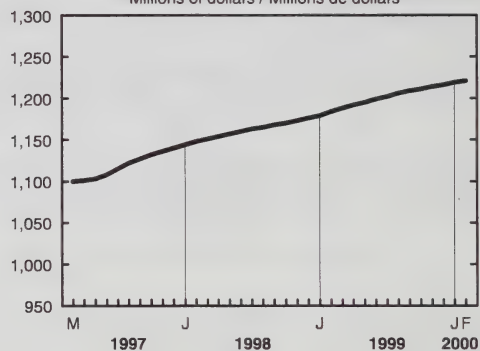
**Food / Aliments**  
Millions of dollars / Millions de dollars



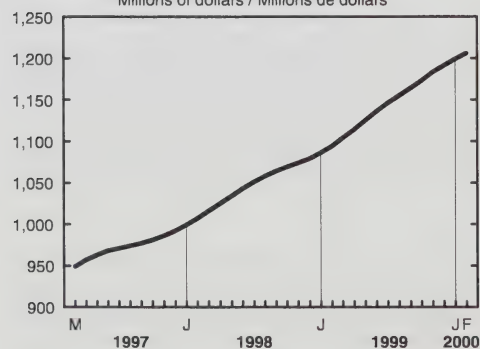
**General Merchandise / Marchandises diverses**  
Millions of dollars / Millions de dollars



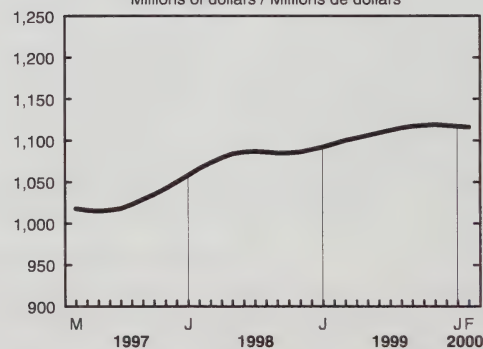
**Clothing / Vêtements**  
Millions of dollars / Millions de dollars



**Furniture / Meubles**  
Millions of dollars / Millions de dollars



**Drug / Médicaments**  
Millions of dollars / Millions de dollars



<sup>1</sup> Trends represent smoothed seasonally adjusted data.

<sup>1</sup> Les tendances représentent les données désaisonnalisées lissées.



**For Further Reading**

Selected Publications from Statistics Canada

**Lectures suggérées**

Choisies parmi les publications de Statistique Canada

Title	Catalogue	Titre
New Motor Vehicle Sales, Monthly, Bilingual	<b>63-007-XIB</b>	Ventes de véhicules automobiles neufs, mensuel, bilingue
Wholesale Trade, Monthly, Bilingual	<b>63-008-XIB</b>	Commerce de gros, mensuel, bilingue
Retail Chain and Department Stores, Annual, Bilingual	<b>63-210-XIB</b>	Magasins de détail à succursales et les grands magasins, annuel, bilingue
Wholesaling and Retailing Canada, Annual, Bilingual	<b>63-236-XIB</b>	Les commerces de gros et de détail au Canada, annuel, bilingue
Market Research Handbook, Annual, Bilingual	<b>63-224-XPB</b>	Recueil statistique des études de marché, annuel, bilingue

To order a publication you may telephone 1 (613) 951-7277 or use facsimile number 1 (613) 951-1584. For toll free in Canada only telephone 1 800 267-6677. When ordering by telephone or facsimile a written confirmation is not required.

Pour obtenir une publication veuillez téléphoner au 1 (613) 951-7277 ou utiliser le numéro du télécopieur 1 (613) 951-1584. Pour appeler sans frais, au Canada, composez le 1 800 267-6677. Il n'est pas nécessaire de nous faire parvenir une confirmation pour une commande faite par téléphone ou télécopieur.



**Statistical  
Tables**

---

**Tableaux  
statistiques**

---

Table 1

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Current Periods)**

	Sales					Change from previous month	
	Ventes					Variation par rapport au mois précédent	
	February 2000 Février	January 2000 Janvier	December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	Year-to-date 2000 Cumulatif	February 2000 Février	January 2000 Janvier
	Millions of dollars – Millions de dollars					Per cent – Pourcentage	
<b>Trade Group - Canada</b>							
Supermarkets and grocery stores	4,575.8	4,491.4	4,663.7	4,574.5	9,067.2	1.9	-3.7
All other food stores	373.5	370.4	374.4	371.1	743.9	0.8	-1.1
Drugs and patent medicine stores	1,108.6	1,120.7	1,117.5	1,130.7	2,229.3	-1.1	0.3
Shoe stores	136.1	137.6	136.5	128.0	273.7	-1.1	0.8
Men's clothing stores	129.8	128.1	128.0	129.1	257.9	1.3	0.1
Women's clothing stores	376.9	386.3	380.3	383.0	763.2	-2.4	1.6
Other clothing stores	577.1	584.2	562.3	557.7	1,161.3	-1.2	3.9
Household furniture and appliance stores	977.5	998.1	970.9	945.6	1,975.6	-2.1	2.8
Household furnishings stores	229.2	224.4	222.1	229.6	453.6	2.1	1.0
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,817.9	6,133.6	6,107.6	5,877.2	11,951.5	-5.1	0.4
Gasoline service stations	1,773.4	1,672.9	1,690.9	1,629.2	3,446.3	6.0	-1.1
Automotive parts, accessories and services	1,261.5	1,273.6	1,312.0	1,276.0	2,535.1	-1.0	-2.9
General merchandise stores	2,549.7	2,587.3	2,482.0	2,446.1	5,137.0	-1.5	4.2
Other semi-durable goods stores	697.0	744.7	684.6	710.1	1,441.7	-6.4	8.8
Other durable goods stores	613.8	609.3	596.1	588.4	1,223.1	0.7	2.2
Other retail stores	1,075.7	1,062.6	1,089.2	1,077.6	2,138.3	1.2	-2.4
<b>Total, all stores</b>	<b>22,273.3</b>	<b>22,525.3</b>	<b>22,518.2</b>	<b>22,053.9</b>	<b>44,798.6</b>	<b>-1.1</b>	<b>0.0</b>
<b>Regions</b>							
Newfoundland	359.3	362.9	360.0	358.9	722.2	-1.0	0.8
Prince Edward Island	102.0	99.2	101.8	100.1	201.2	2.8	-2.6
Nova Scotia	694.4	674.0	704.7	692.4	1,368.4	3.0	-4.4
New Brunswick	556.9	565.5	570.9	561.2	1,122.4	-1.5	-0.9
Quebec	5,101.7	5,249.8	5,199.4	5,104.2	10,351.5	-2.8	1.0
Ontario	8,481.9	8,594.3	8,548.3	8,425.8	17,076.2	-1.3	0.5
Manitoba	774.1	769.1	778.0	755.5	1,543.2	0.7	-1.1
Saskatchewan	666.5	665.9	673.5	657.7	1,332.4	0.1	-1.1
Alberta	2,561.3	2,573.3	2,577.4	2,502.7	5,134.6	-0.5	-0.2
British Columbia	2,899.9	2,896.4	2,928.4	2,821.9	5,796.3	0.1	-1.1
Yukon	28.0	27.7	28.5	27.5	55.7	1.1	-2.8
Nunavut	14.8	14.9	14.5	14.8	29.7	-0.7	2.8
Northwest Territories	32.3	32.2	32.8	31.2	64.5	0.3	-1.1



Tableau 1

**Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(périodes courantes)**

Change from previous month Variation par rapport au mois précédent		Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente				
December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	February 2000 Février	January 2000 Janvier	December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	Year-to-date 2000 Cumulatif
Per cent – Pourcentage						
<b>Groupe de commerce - Canada</b>						
1.9	0.8	2.1	-0.3	4.7	2.0	0.9
0.9	1.0	3.6	3.1	4.9	3.9	3.3
-1.2	1.3	-0.4	1.9	4.3	5.1	0.7
6.6	-6.8	0.2	-0.8	-2.6	-5.3	-0.3
-0.9	-1.7	1.6	1.5	-1.0	-2.8	1.6
-0.7	0.8	-0.2	3.4	4.7	3.2	1.6
0.8	-1.7	5.2	10.3	7.3	1.9	7.7
2.7	-3.2	10.3	13.6	10.5	8.8	12.0
-3.3	2.5	10.8	9.7	6.4	6.5	10.2
3.9	3.9	1.3	11.2	13.2	7.7	6.2
3.8	1.2	35.0	24.9	27.6	22.9	29.9
2.8	2.1	5.2	1.8	8.0	5.8	3.5
1.5	-5.2	4.8	5.0	4.5	3.6	4.9
-3.6	-0.5	0.4	6.3	-1.1	-0.3	3.4
1.3	-0.9	4.3	2.8	3.5	1.8	3.5
1.1	1.0	5.0	3.8	10.4	8.1	4.4
<b>2.1</b>	<b>0.6</b>	<b>4.9</b>	<b>6.8</b>	<b>8.8</b>	<b>5.9</b>	<b>5.8</b>
<b>Total, ensemble des magasins</b>						
<b>Régions</b>						
0.3	1.4	4.4	6.7	9.3	5.8	5.5
1.7	0.6	14.1	6.6	17.7	14.0	10.2
1.8	0.6	4.5	0.6	7.2	5.9	2.5
1.7	1.1	4.0	7.2	14.0	10.8	5.6
1.9	0.9	1.7	5.5	7.8	5.1	3.6
1.5	0.4	6.0	8.8	9.8	7.3	7.4
3.0	2.3	3.8	2.6	6.2	2.5	3.2
2.4	4.1	6.4	4.9	7.3	4.4	5.6
3.0	0.2	7.7	9.0	10.1	6.2	8.3
3.8	-0.1	5.3	4.4	7.0	3.0	4.9
3.6	4.2	-1.4	5.7	9.6	4.6	2.0
-2.0	2.1	9.6	3.5			6.5
5.1	-1.9	5.2	3.9			4.5
						Territoires du Nord Ouest

Table 2

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Current Periods)**

	Sales Ventes				
	February 2000 Février	January 2000 Janvier	December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	Year-to-date 2000 Cumulatif
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Trade Group - Canada</b>					
Supermarkets and grocery stores	4,156.5	4,313.4	5,077.3	4,305.8	8,469.9
All other food stores	334.5	321.0	473.0	348.4	655.5
Drugs and patent medicine stores	1,043.1	1,070.6	1,415.9	1,116.4	2,113.7
Shoe stores	81.8	105.5	178.1	140.1	187.3
Men's clothing stores	83.5	98.7	261.0	156.1	182.2
Women's clothing stores	262.9	276.1	612.4	410.9	539.0
Other clothing stores	393.3	424.8	969.1	618.0	818.1
Household furniture and appliance stores	785.2	828.9	1,454.4	1,045.9	1,614.1
Household furnishings stores	185.7	171.3	281.9	260.7	357.0
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,842.3	4,648.2	5,371.1	5,510.5	9,490.5
Gasoline service stations	1,569.2	1,525.5	1,698.2	1,581.1	3,094.7
Automotive parts, accessories and services	980.9	1,050.7	1,461.4	1,427.9	2,031.6
General merchandise stores	1,884.8	1,929.0	4,147.0	2,961.3	3,813.8
Other semi-durable goods stores	497.4	537.8	1,064.1	762.6	1,035.2
Other durable goods stores	452.0	485.8	1,127.6	557.0	937.8
Other retail stores	837.2	811.2	1,558.8	1,006.1	1,648.4
<b>Total, all stores</b>	<b>18,390.2</b>	<b>18,598.5</b>	<b>27,151.3</b>	<b>22,208.9</b>	<b>36,988.7</b>
<b>Regions</b>					
Newfoundland	284.8	280.8	435.7	376.5	565.6
Prince Edward Island	77.5	75.4	121.2	97.7	152.9
Nova Scotia	573.1	552.7	857.9	708.8	1,125.8
New Brunswick	445.0	443.4	683.1	569.5	888.4
Quebec	4,160.3	4,250.7	5,883.1	5,042.7	8,411.0
Ontario	6,984.1	7,055.5	10,609.3	8,627.0	14,039.6
Manitoba	645.5	641.8	963.3	760.2	1,287.3
Saskatchewan	549.1	564.5	819.7	667.2	1,113.6
Alberta	2,118.2	2,179.4	3,167.7	2,533.8	4,297.6
British Columbia	2,490.5	2,492.4	3,524.4	2,757.6	4,982.9
Yukon	20.9	21.6	31.3	25.0	42.5
Nunavut	13.3	13.0	17.3	14.2	26.3
Northwest Territories	27.9	27.3	37.4	28.5	55.2

Tableau 2

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(périodes courantes)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					
February 2000 Février	January 2000 Janvier	December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	Year-to-date 2000 Cumulatif	
Per cent – Pourcentage					
<b>Groupe de commerce - Canada</b>					
4.9	-3.9	7.1	3.0	0.3	Supermarchés d'alimentation et épiceries
6.0	0.2	6.7	2.6	3.1	Tous les autres magasins d'alimentation
2.8	0.7	5.5	5.7	1.7	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
1.5	-2.9	0.7	-6.9	-1.1	Magasins de chaussures
4.8	-0.1	-0.5	-1.5	2.1	Magasins de vêtements pour hommes
3.9	0.3	4.9	4.1	2.0	Magasins de vêtements pour femmes
8.6	8.9	8.6	1.8	8.8	Autres magasins de vêtements
14.7	12.4	11.3	10.8	13.5	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
15.6	8.8	6.8	10.0	12.2	Magasins d'accessoires d'ameublement
6.2	10.3	13.5	11.9	8.2	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
38.0	24.4	29.8	21.9	30.9	Stations-service
9.3	1.2	8.3	8.4	5.0	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
8.0	6.0	4.9	3.4	7.0	Magasins de marchandises diverses
3.6	5.9	-0.9	1.7	4.8	Autres magasins de produits semi-durables
7.1	2.5	5.4	-0.5	4.7	Autres magasins de produits durables
6.7	0.4	14.1	7.6	3.5	Autres magasins de vente au détail
<b>8.6</b>	<b>4.9</b>	<b>9.2</b>	<b>7.2</b>	<b>6.7</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Régions</b>					
8.6	4.5	8.9	8.2	6.6	Terre-Neuve
18.5	4.7	16.7	15.1	11.3	Île-du-Prince-Édouard
8.2	-0.7	8.0	7.3	3.6	Nouvelle-Écosse
7.7	5.3	14.1	12.3	6.5	Nouveau-Brunswick
5.7	3.4	7.8	6.5	4.5	Québec
9.4	6.7	10.4	8.6	8.0	Ontario
7.2	0.8	7.2	3.3	3.9	Manitoba
9.6	3.1	7.9	5.3	6.2	Saskatchewan
11.3	8.0	10.3	7.7	9.6	Alberta
9.2	3.0	7.0	4.0	6.0	Colombie-Britannique
1.5	5.9	11.0	6.8	3.7	Yukon
10.8	4.8			7.8	Nunavut
8.6	3.4			6.0	Territoires du Nord Ouest

Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Canada</b>					
Supermarkets and grocery stores	14,006.9	14,037.0	13,725.9	12,730.5	13,584.3
All other food stores	1,187.7	1,101.6	1,116.3	983.4	1,149.8
Drugs and patent medicine stores	3,647.6	3,279.8	3,240.7	3,166.7	3,495.8
Shoe stores	475.3	405.0	447.5	297.8	481.6
Men's clothing stores	553.4	343.1	365.7	274.0	560.5
Women's clothing stores	1,423.0	1,105.3	1,139.7	836.8	1,360.3
Other clothing stores	2,201.2	1,715.0	1,537.5	1,213.2	2,088.0
Household furniture and appliance stores	3,511.1	2,847.2	2,510.8	2,213.0	3,154.8
Household furnishings stores	775.6	667.1	618.2	511.2	719.6
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	16,310.7	18,351.2	19,848.3	14,866.1	14,844.9
Gasoline service stations	4,927.6	4,985.5	4,423.7	3,663.5	3,990.6
Automotive parts, accessories and services	4,148.3	3,802.0	3,963.9	3,024.2	3,935.6
General merchandise stores	9,791.5	7,397.1	7,124.0	5,676.9	9,323.8
Other semi-durable goods stores	2,516.1	2,232.7	2,200.0	1,544.0	2,509.3
Other durable goods stores	2,218.6	1,788.8	1,686.6	1,366.2	2,151.1
Other retail stores	3,629.0	3,373.7	3,155.4	2,463.1	3,308.2
<b>Total, all stores</b>	<b>71,323.6</b>	<b>67,432.1</b>	<b>67,104.3</b>	<b>54,830.7</b>	<b>66,658.3</b>
<b>Newfoundland</b>					
Supermarkets and grocery stores	276.3	284.9	281.2	254.7	279.1
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	68.0	58.6	59.2	56.6	66.2
Shoe stores	4.6	3.9	3.6	2.5	4.6
Men's clothing stores	7.6	3.6	3.7	2.7	7.9
Women's clothing stores	21.8	13.6	13.4	9.2	21.4
Other clothing stores	27.0	16.8	12.8	10.7	24.7
Household furniture and appliance stores	46.9	34.3	29.4	24.2	43.7
Household furnishings stores	2.6	2.4	1.9	1.5	2.8
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	214.2	280.9	323.7	205.7	178.3
Gasoline service stations	95.6	104.7	91.9	77.7	91.5
Automotive parts, accessories and services	68.0	54.2	57.1	41.0	61.7
General merchandise stores	221.9	151.3	136.7	110.3	210.0
Other semi-durable goods stores	29.9	23.4	22.5	14.4	28.5
Other durable goods stores	20.1	13.1	10.9	7.4	17.5
Other retail stores	47.2	40.6	36.4	30.7	43.3
<b>Total, all stores</b>	<b>1,165.0</b>	<b>1,100.0</b>	<b>1,098.1</b>	<b>859.8</b>	<b>1,092.8</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	
Per cent – Pourcentage					
<b>Canada</b>					
3.1	2.5	1.4	1.7	2.8	Supermarchés d'alimentation et épiceries
3.3	1.0	0.4	1.9	0.8	Tous les autres magasins d'alimentation
4.3	2.4	1.1	4.2	3.0	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-1.3	-5.0	-3.2	-0.8	-3.0	Magasins de chaussures
-1.3	-1.3	-4.6	-5.6	1.5	Magasins de vêtements pour hommes
4.6	1.0	0.8	2.0	0.0	Magasins de vêtements pour femmes
5.4	5.7	8.7	7.0	7.5	Autres magasins de vêtements
11.3	9.4	8.9	8.3	9.0	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
7.8	6.4	4.6	4.0	7.3	Magasins d'accessoires d'ameublement
9.9	10.5	2.7	8.7	-3.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
23.5	15.9	7.1	-2.7	-6.3	Stations-service
5.4	3.7	2.9	5.1	10.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
5.0	10.6	7.1	7.3	4.2	Magasins de marchandises diverses
0.3	5.6	4.0	4.3	3.2	Autres magasins de produits semi-durables
3.1	2.7	3.3	11.6	7.3	Autres magasins de produits durables
9.7	7.6	8.1	6.5	7.3	Autres magasins de vente au détail
7.0	7.1	3.6	5.0	2.0	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Terre-Neuve</b>					
-1.0	1.7	1.5	0.8	4.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
2.7	6.0	2.4	-0.7	-2.2	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-	5.4	-2.7	4.2	-4.2	Magasins de chaussures
-3.8	-14.3	-22.9	-3.6	33.9	Magasins de vêtements pour hommes
1.9	2.3	6.3	7.0	1.4	Magasins de vêtements pour femmes
9.3	3.1	4.1	21.6	-	Autres magasins de vêtements
7.3	15.5	25.1	30.1	23.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
-7.1	9.1	-5.0	-	-12.5	Magasins d'accessoires d'ameublement
20.1	16.2	11.5	17.4	1.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
4.5	6.9	3.1	-2.3	8.3	Stations-service
10.2	6.1	15.8	11.7	16.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
5.7	10.9	7.4	7.8	4.7	Magasins de marchandises diverses
4.9	4.5	11.4	10.8	-5.0	Autres magasins de produits semi-durables
14.9	8.3	14.7	13.8	7.4	Autres magasins de produits durables
9.0	4.6	0.8	7.7	6.1	Autres magasins de vente au détail
6.6	8.2	7.0	7.1	4.8	<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Prince Edward Island</b>					
Supermarkets and grocery stores	74.4	81.1	73.7	64.0	64.9
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	19.6	18.2	17.2	16.5	19.6
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	x	x	x	x	x
Other clothing stores	10.1	9.7	6.2	4.6	9.7
Household furniture and appliance stores	9.9	7.9	7.4	6.5	8.8
Household furnishings store	5.3	4.9	3.9	3.0	4.6
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	56.7	62.2	66.1	43.0	44.6
Gasoline service stations	34.1	42.0	31.2	23.1	27.1
Automotive parts, accessories and services	20.4	19.4	20.6	13.1	19.1
General merchandise stores	37.2	28.6	22.6	16.1	31.6
Other semi-durable goods stores	12.8	18.2	12.7	7.4	12.5
Other durable goods stores	7.3	6.9	5.0	3.0	6.1
Other retail stores	13.7	17.6	13.4	8.8	13.5
<b>Total, all stores</b>	<b>316.1</b>	<b>331.8</b>	<b>292.0</b>	<b>216.7</b>	<b>276.4</b>
<b>Nova Scotia</b>					
Supermarkets and grocery stores	516.5	515.3	496.2	464.7	487.5
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	147.7	131.5	126.1	125.1	139.9
Shoe stores	7.8	6.8	6.8	4.7	7.8
Men's clothing stores	8.4	4.7	4.8	3.5	8.1
Women's clothing stores	41.5	29.2	32.0	23.6	44.7
Other clothing stores	59.6	41.3	31.9	25.9	55.4
Household furniture and appliance stores	84.3	62.1	51.5	46.3	68.5
Household furnishings store	15.6	15.5	14.1	11.3	15.2
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	426.4	510.0	601.7	434.8	431.1
Gasoline service stations	191.9	202.3	181.5	135.6	150.4
Automotive parts, accessories and services	129.1	111.7	112.7	83.7	124.4
General merchandise stores	330.8	220.3	208.5	164.8	311.5
Other semi-durable goods stores	86.3	69.4	60.3	44.5	79.0
Other durable goods stores	60.8	44.8	38.9	31.2	57.4
Other retail stores	121.8	120.3	108.2	80.8	113.0
<b>Total, all stores</b>	<b>2,251.4</b>	<b>2,109.7</b>	<b>2,099.2</b>	<b>1,699.2</b>	<b>2,117.1</b>

Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	
Per cent - Pourcentage					
<b>Île-du-Prince-Édouard</b>					
14.6	14.5	16.1	11.9	5.4	Supermarchés d'alimentation et épicerie
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
-	-1.1	-2.8	-2.4	3.2	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour femmes
4.1	10.2	21.6	17.9	6.6	Autres magasins de vêtements
12.5	23.4	19.4	16.1	10.0	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
15.2	-	-2.5	25.0	43.8	Magasins d'accessoires d'ameublement
27.1	11.1	-5.7	1.2	-4.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
25.8	21.0	5.8	-13.5	-19.3	Stations-service
6.8	6.6	9.6	13.9	26.5	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
17.7	26.0	5.6	-4.2	-5.4	Magasins de marchandises diverses
2.4	4.0	6.7	1.4	1.6	Autres magasins de produits semi-durables
19.7	25.5	28.2	15.4	13.0	Autres magasins de produits durables
1.5	8.6	10.7	6.0	18.4	Autres magasins de vente au détail
14.4	12.9	6.2	4.0	1.7	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Nouvelle-Écosse</b>					
5.9	4.3	5.8	4.5	3.5	Supermarchés d'alimentation et épicerie
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
5.6	1.2	-0.2	-1.3	1.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-	-1.4	-5.6	-	-4.9	Magasins de chaussures
3.7	6.8	-2.0	-5.4	3.8	Magasins de vêtements pour hommes
-7.2	-9.9	10.3	18.0	14.9	Magasins de vêtements pour femmes
7.6	7.8	11.1	12.1	9.9	Autres magasins de vêtements
23.1	20.8	18.1	14.0	11.9	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
2.6	50.5	60.2	44.9	34.5	Magasins d'accessoires d'ameublement
-1.1	3.0	0.0	3.9	0.3	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
27.6	23.1	24.1	3.4	11.8	Stations-service
3.8	1.5	-0.4	5.7	10.2	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
6.2	11.1	9.7	10.0	6.9	Magasins de marchandises diverses
9.2	0.9	-8.6	5.7	11.1	Autres magasins de produits semi-durables
5.9	5.7	2.4	17.7	11.9	Autres magasins de produits durables
7.8	6.7	9.2	6.5	6.2	Autres magasins de vente au détail
6.3	6.4	5.2	5.3	5.5	<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>New Brunswick</b>					
Supermarkets and grocery stores	428.7	423.3	396.3	358.9	392.0
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	97.4	85.2	82.8	78.6	91.5
Shoe stores	7.4	6.7	6.6	4.1	7.4
Men's clothing stores	10.4	6.2	5.9	4.8	11.4
Women's clothing stores	30.5	20.8	21.1	14.4	28.6
Other clothing stores	47.9	33.8	27.5	21.6	44.2
Household furniture and appliance stores	63.9	48.9	40.1	37.1	58.1
Household furnishings stores	17.7	14.5	12.3	9.3	14.6
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	383.8	483.9	560.5	363.2	300.6
Gasoline service stations	159.1	168.8	142.2	120.0	137.8
Automotive parts, accessories and services	113.8	96.9	97.4	66.8	108.4
General merchandise stores	262.3	179.3	167.4	129.3	246.3
Other semi-durable goods stores	57.6	51.7	50.3	37.4	56.1
Other durable goods stores	42.1	28.9	25.4	18.6	38.1
Other retail stores	78.0	79.5	68.0	49.7	71.8
<b>Total, all stores</b>	<b>1,813.2</b>	<b>1,745.4</b>	<b>1,721.9</b>	<b>1,327.1</b>	<b>1,622.1</b>
<b>Quebec</b>					
Supermarkets and grocery stores	3,599.9	3,664.8	3,615.4	3,352.8	3,506.8
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	749.3	680.8	676.1	673.2	730.6
Shoe stores	170.7	133.8	155.2	88.7	170.0
Men's clothing stores	111.0	71.3	86.7	61.1	120.9
Women's clothing stores	371.6	296.3	318.8	219.6	356.6
Other clothing stores	517.1	440.2	428.9	303.0	492.7
Household furniture and appliance stores	891.4	774.4	697.6	543.6	802.1
Household furnishings stores	139.7	123.1	124.3	93.7	135.8
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	3,726.0	4,480.8	5,077.2	3,597.2	3,526.2
Gasoline service stations	1,058.9	1,025.4	911.8	779.2	823.0
Automotive parts, accessories and services	1,042.6	926.7	1,011.4	726.0	978.2
General merchandise stores	1,818.5	1,429.4	1,446.9	1,121.3	1,741.5
Other semi-durable goods stores	444.9	448.8	460.4	299.9	477.7
Other durable goods stores	425.7	363.8	370.6	292.1	427.4
Other retail stores	592.9	503.0	519.1	377.3	513.6
<b>Total, all stores</b>	<b>16,007.3</b>	<b>15,687.5</b>	<b>16,238.2</b>	<b>12,833.2</b>	<b>15,143.4</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	
Per cent – Pourcentage					
					<b>Nouveau-Brunswick</b>
9.4	8.8	5.4	4.0	6.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
6.4	3.5	2.6	0.5	4.0	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-	11.7	15.8	13.9	8.8	Magasins de chaussures
-8.8	-1.6	-	11.6	20.0	Magasins de vêtements pour hommes
6.6	3.5	7.7	7.5	2.9	Magasins de vêtements pour femmes
8.4	3.4	7.4	10.8	10.2	Autres magasins de vêtements
10.0	15.9	4.4	13.8	11.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
21.2	12.4	5.1	10.7	10.6	Magasins d'accessoires d'ameublement
27.7	20.2	11.1	16.8	-17.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
15.5	11.7	7.6	-5.0	3.1	Stations-service
5.0	-0.4	-5.0	-2.1	23.0	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
6.5	8.5	5.2	4.9	4.6	Magasins de marchandises diverses
2.7	8.6	6.8	36.0	11.3	Autres magasins de produits semi-durables
10.5	7.8	7.2	10.1	10.4	Autres magasins de produits durables
8.6	8.0	7.6	11.7	22.1	Autres magasins de vente au détail
<b>11.8</b>	<b>10.9</b>	<b>6.8</b>	<b>7.5</b>	<b>1.9</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
					<b>Québec</b>
2.7	4.8	5.6	4.7	6.1	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
2.6	-4.9	-7.4	-3.5	-2.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
0.4	-5.4	-5.0	-2.0	-3.6	Magasins de chaussures
-8.2	-8.6	-7.6	1.0	5.4	Magasins de vêtements pour hommes
4.2	-3.7	-4.1	-4.3	-7.5	Magasins de vêtements pour femmes
5.0	1.4	5.7	7.4	9.2	Autres magasins de vêtements
11.1	9.3	9.9	12.7	9.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
2.9	-2.1	-2.3	10.9	9.3	Magasins d'accessoires d'ameublement
5.7	12.7	8.6	16.0	1.3	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
28.7	20.9	13.6	2.1	-6.4	Stations-service
6.6	6.5	3.1	-1.6	4.2	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
4.4	8.1	6.6	6.7	3.5	Magasins de marchandises diverses
-6.9	-6.4	-7.2	-8.3	4.3	Autres magasins de produits semi-durables
-0.4	3.1	7.6	22.1	8.4	Autres magasins de produits durables
15.4	12.8	9.5	14.6	13.7	Autres magasins de vente au détail
<b>5.7</b>	<b>7.1</b>	<b>5.5</b>	<b>7.1</b>	<b>3.3</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Ontario</b>					
Supermarkets and grocery stores	4,371.1	4,371.4	4,317.7	4,015.4	4,279.8
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	1,494.5	1,379.6	1,375.6	1,327.9	1,450.5
Shoe stores	173.5	151.1	170.5	119.8	179.1
Men's clothing stores	248.1	152.0	157.1	115.1	240.4
Women's clothing stores	590.7	438.6	460.3	336.9	555.3
Other clothing stores	895.0	651.5	586.6	472.2	827.5
Household furniture and appliance stores	1,283.3	1,043.6	905.5	802.2	1,121.1
Household furnishings stores	341.6	284.2	255.9	210.8	307.5
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	6,541.9	7,204.1	7,614.8	5,661.2	5,738.6
Gasoline service stations	1,878.4	1,821.4	1,641.2	1,382.1	1,501.6
Automotive parts, accessories and services	1,603.4	1,457.4	1,524.8	1,172.8	1,507.1
General merchandise stores	3,956.7	2,944.3	2,821.7	2,224.5	3,744.1
Other semi-durable goods stores	1,158.3	1,013.6	968.5	674.4	1,120.1
Other durable goods stores	918.9	716.0	672.1	531.8	881.9
Other retail stores	1,606.0	1,517.0	1,382.1	1,074.2	1,460.5
<b>Total, all stores</b>	<b>27,604.6</b>	<b>25,642.3</b>	<b>25,353.4</b>	<b>20,549.5</b>	<b>25,420.3</b>
<b>Manitoba</b>					
Supermarkets and grocery stores	559.0	546.1	532.0	489.5	536.7
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	80.9	70.4	68.9	69.8	76.1
Shoe stores	13.4	11.0	12.3	8.9	15.5
Men's clothing stores	17.1	10.4	11.4	7.9	17.0
Women's clothing stores	36.5	29.6	29.8	21.9	34.4
Other clothing stores	66.8	51.2	45.3	37.4	67.3
Household furniture and appliance stores	106.5	85.4	74.5	71.7	103.2
Household furnishings stores	18.0	16.7	15.2	11.8	14.5
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	618.6	676.6	701.1	598.5	631.4
Gasoline service stations	184.6	186.4	167.5	143.0	144.4
Automotive parts, accessories and services	123.0	111.8	124.0	100.5	123.1
General merchandise stores	379.8	284.8	279.0	223.6	372.8
Other semi-durable goods stores	75.3	55.2	54.8	42.2	74.6
Other durable goods stores	66.4	54.7	54.7	40.8	61.7
Other retail stores	111.4	102.0	95.1	72.5	103.8
<b>Total, all stores</b>	<b>2,478.7</b>	<b>2,308.9</b>	<b>2,281.5</b>	<b>1,954.4</b>	<b>2,397.5</b>

Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	
Per cent – Pourcentage					
<b>Ontario</b>					
2.1	0.5	-1.9	-0.8	1.4	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
3.0	3.7	4.9	9.6	10.5	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-3.1	-6.8	-2.0	1.4	-4.5	Magasins de chaussures
3.2	2.0	-1.8	-4.8	2.0	Magasins de vêtements pour hommes
6.4	2.8	4.4	4.3	5.6	Magasins de vêtements pour femmes
8.2	12.3	17.2	8.7	10.6	Autres magasins de vêtements
14.5	11.3	10.5	6.6	13.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
11.1	8.5	8.3	0.4	13.7	Magasins d'accessoires d'ameublement
14.0	15.3	3.4	11.4	-0.3	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
25.1	16.9	8.9	2.4	-6.3	Stations-service
6.4	3.3	3.6	10.3	15.7	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
5.7	12.8	8.9	9.5	5.9	Magasins de marchandises diverses
3.4	13.9	10.6	9.0	5.2	Autres magasins de produits semi-durables
4.2	4.0	4.3	11.9	9.7	Autres magasins de produits durables
10.0	7.3	9.7	5.0	7.6	Autres magasins de vente au détail
<b>8.6</b>	<b>9.2</b>	<b>4.6</b>	<b>6.6</b>	<b>4.1</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Manitoba</b>					
4.2	2.1	-0.4	-1.4	5.0	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
6.3	1.4	1.6	3.4	-0.3	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-13.5	-12.0	-3.9	-1.1	11.5	Magasins de chaussures
0.6	11.8	0.9	1.3	4.9	Magasins de vêtements pour hommes
6.1	8.8	8.8	9.0	3.3	Magasins de vêtements pour femmes
-0.7	6.0	4.4	4.2	2.3	Autres magasins de vêtements
3.2	6.5	4.2	4.2	11.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
24.1	26.5	19.7	11.3	-6.5	Magasins d'accessoires d'ameublement
-2.0	0.7	-6.1	5.3	-7.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
27.8	19.3	10.3	7.7	-2.9	Stations-service
-0.1	-5.3	3.6	14.7	7.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
1.9	7.9	4.5	4.9	2.8	Magasins de marchandises diverses
0.9	13.3	9.4	7.7	-2.6	Autres magasins de produits semi-durables
7.6	4.8	0.2	3.8	-	Autres magasins de produits durables
7.3	12.6	9.2	6.9	5.1	Autres magasins de vente au détail
<b>3.4</b>	<b>4.2</b>	<b>0.2</b>	<b>3.9</b>	<b>0.3</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Saskatchewan</b>					
Supermarkets and grocery stores	468.9	480.9	469.8	427.1	473.0
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	100.9	94.0	92.2	93.2	106.1
Shoe stores	6.3	5.4	6.2	4.6	6.5
Men's clothing stores	12.0	7.6	8.2	6.5	13.0
Women's clothing stores	31.2	24.3	25.9	19.0	30.6
Other clothing stores	58.3	44.6	39.3	31.1	55.7
Household furniture and appliance stores	89.0	61.6	57.5	55.3	81.6
Household furnishings stores	22.2	20.1	18.9	15.5	20.6
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	481.2	499.7	531.0	409.3	462.6
Gasoline service stations	174.3	181.0	153.5	127.2	137.8
Automotive parts, accessories and services	138.3	130.2	128.7	102.7	139.6
General merchandise stores	342.2	261.4	251.5	205.2	325.8
Other semi-durable goods stores	57.3	44.4	49.7	35.6	57.0
Other durable goods stores	66.2	47.8	46.1	35.3	61.3
Other retail stores	80.6	72.5	68.7	54.0	75.4
<b>Total, all stores</b>	<b>2,149.3</b>	<b>1,990.0</b>	<b>1,961.5</b>	<b>1,633.7</b>	<b>2,063.7</b>
<b>Alberta</b>					
Supermarkets and grocery stores	1,661.7	1,626.0	1,576.3	1,466.1	1,593.4
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	362.3	318.8	313.0	302.3	338.7
Shoe stores	37.6	33.6	33.7	25.6	37.1
Men's clothing stores	68.4	42.9	44.8	37.5	72.3
Women's clothing stores	131.3	104.9	103.2	84.3	126.9
Other clothing stores	243.9	202.0	166.2	142.5	247.6
Household furniture and appliance stores	461.2	356.0	308.5	290.1	416.2
Household furnishings store	85.3	74.2	69.8	61.0	85.6
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	2,032.9	2,066.4	2,131.0	1,703.6	1,771.9
Gasoline service stations	544.9	559.3	491.4	403.5	435.7
Automotive parts, accessories and services	437.7	425.7	431.9	330.3	433.2
General merchandise stores	1,109.8	841.6	793.6	654.1	1,059.1
Other semi-durable goods stores	266.0	210.5	213.1	161.2	253.8
Other durable goods stores	260.4	215.6	196.9	160.7	256.1
Other retail stores	466.5	437.4	418.2	343.0	435.2
<b>Total, all stores</b>	<b>8,220.2</b>	<b>7,559.9</b>	<b>7,336.1</b>	<b>6,207.6</b>	<b>7,619.6</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	
Per cent – Pourcentage					
					<b>Saskatchewan</b>
-0.9	-0.8	-1.7	-0.6	1.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
-4.9	-4.4	-4.9	-3.8	0.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-3.1	-6.9	-13.9	-14.8	-7.1	Magasins de chaussures
-7.7	-6.2	-9.9	-9.7	-3.0	Magasins de vêtements pour hommes
2.0	0.8	4.9	-4.5	-9.7	Magasins de vêtements pour femmes
4.7	6.7	3.7	11.5	5.3	Autres magasins de vêtements
9.1	3.5	8.3	2.6	-2.6	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
7.8	3.1	2.2	-	-8.4	Magasins d'accessoires d'ameublement
4.0	1.9	-2.2	-7.8	-15.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
26.5	19.5	8.3	1.0	-1.6	Stations-service
-0.9	-8.8	1.7	-0.9	12.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
5.0	8.5	5.5	5.0	2.1	Magasins de marchandises diverses
0.5	1.8	0.2	-6.1	-14.7	Autres magasins de produits semi-durables
8.0	3.2	1.8	5.7	6.1	Autres magasins de produits durables
6.9	1.5	2.2	2.5	-1.2	Autres magasins de vente au détail
<b>4.1</b>	<b>2.4</b>	<b>0.5</b>	<b>-1.7</b>	<b>-3.3</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
					<b>Alberta</b>
4.3	3.0	2.6	5.2	8.5	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
7.0	10.6	6.4	5.7	-1.8	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
1.3	-6.4	-8.4	-3.4	-2.6	Magasins de chaussures
-5.4	-1.6	-8.6	-15.5	-4.5	Magasins de vêtements pour hommes
3.5	0.6	1.0	10.2	3.9	Magasins de vêtements pour femmes
-1.5	-6.3	-7.9	-2.5	0.4	Autres magasins de vêtements
10.8	11.8	7.5	5.6	7.3	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
-0.4	-1.7	-5.3	-0.5	4.9	Magasins d'accessoires d'ameublement
14.7	7.2	-5.1	-0.2	-11.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
25.1	15.4	4.5	-5.8	-9.6	Stations-service
1.0	2.0	2.1	4.3	11.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
4.8	9.4	5.3	7.7	5.7	Magasins de marchandises diverses
4.8	6.2	6.3	9.4	2.4	Autres magasins de produits semi-durables
1.7	1.6	-1.8	4.5	6.1	Autres magasins de produits durables
7.2	6.3	8.7	11.0	6.9	Autres magasins de vente au détail
<b>7.9</b>	<b>6.0</b>	<b>0.6</b>	<b>3.0</b>	<b>0.2</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>British Columbia</b>					
Supermarkets and grocery stores	1,996.1	1,987.4	1,913.6	1,790.4	1,921.7
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	518.5	435.1	422.0	416.6	469.0
Shoe stores	52.2	50.7	51.0	37.8	51.8
Men's clothing stores	66.5	41.4	41.0	33.5	65.1
Women's clothing stores	160.9	141.6	130.0	104.6	154.8
Other clothing stores	272.2	220.7	189.9	162.3	259.3
Household furniture and appliance stores	469.2	368.3	334.4	332.3	446.3
Household furnishings stores	126.0	110.5	101.2	92.8	117.8
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	1,799.6	2,047.2	2,199.6	1,816.6	1,730.4
Gasoline service stations	591.8	676.6	597.5	459.5	529.5
Automotive parts, accessories and services	458.5	453.3	441.2	377.5	428.3
General merchandise stores	1,267.2	995.8	936.5	776.1	1,220.7
Other semi-durable goods stores	320.1	289.9	301.0	221.9	342.4
Other durable goods stores	344.5	290.8	260.1	241.7	337.2
Other retail stores	499.5	471.7	435.4	362.9	467.7
<b>Total, all stores</b>	<b>9,092.8</b>	<b>8,721.3</b>	<b>8,496.2</b>	<b>7,361.8</b>	<b>8,695.0</b>
<b>Yukon, Northwest Territories and Nunavut</b>					
Supermarkets and grocery stores	54.1	56.0	53.7	46.9	49.5
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	x
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	1.4	1.2	1.2	0.9	1.5
Other clothing stores	x	x	x	x	x
Household furniture and appliance stores	5.7	4.6	4.3	3.8	5.1
Household furnishings stores	1.4	1.0	0.8	0.5	0.8
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	x	x	x	x	x
Gasoline service stations	x	x	x	x	x
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	x
General merchandise stores	65.0	60.3	59.8	51.7	60.5
Other semi-durable goods stores	7.7	7.7	6.9	4.9	7.6
Other durable goods stores	6.2	6.5	5.8	3.5	6.5
Other retail stores	11.4	12.3	10.6	9.2	10.3
<b>Total, all stores</b>	<b>224.9</b>	<b>235.3</b>	<b>225.9</b>	<b>187.7</b>	<b>210.4</b>

Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	
Per cent – Pourcentage					
					<b>Colombie-Britannique</b>
3.9	1.3	-1.1	-1.1	-5.3	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
10.6	6.9	1.4	5.7	-3.2	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
0.8	1.4	2.4	-2.1	-	Magasins de chaussures
2.2	-1.0	-4.4	-9.9	-6.2	Magasins de vêtements pour hommes
3.9	6.3	-4.6	-1.2	-5.9	Magasins de vêtements pour femmes
5.0	8.8	10.6	8.4	3.6	Autres magasins de vêtements
5.1	1.3	2.7	7.0	-0.2	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
7.0	10.5	6.5	4.6	-5.2	Magasins d'accessoires d'ameublement
4.0	-0.7	-2.1	1.0	-7.4	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
11.8	6.0	-7.7	-22.1	-13.2	Stations-service
7.1	8.4	1.6	3.4	3.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
3.8	10.0	4.4	3.6	-0.1	Magasins de marchandises diverses
-6.5	0.2	3.3	3.3	-0.6	Autres magasins de produits semi-durables
2.2	-2.2	-0.9	6.1	1.2	Autres magasins de produits durables
6.8	5.2	3.0	-0.6	0.8	Autres magasins de vente au détail
<b>4.6</b>	<b>3.1</b>	<b>-0.3</b>	<b>-0.2</b>	<b>-3.6</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
					<b>Yukon, Territoires du Nord-Ouest et Nunavut</b>
9.3	8.1	6.3	3.5	-	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
x	x	x	x	x	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
-6.7	-	-7.7	-	-16.7	Magasins de vêtements pour femmes
x	x	x	x	x	Autres magasins de vêtements
11.8	2.2	13.2	-	-12.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
75.0	11.1	-	-44.4	-20.0	Magasins d'accessoires d'ameublement
x	x	x	x	x	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
x	x	x	x	x	Stations-service
x	x	x	x	x	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
7.4	7.7	14.1	5.7	-1.1	Magasins de marchandises diverses
1.3	-2.5	-4.2	-	-11.6	Autres magasins de produits semi-durables
-4.6	1.6	3.6	-2.8	12.1	Autres magasins de produits durables
10.7	1.7	-17.8	5.7	-	Autres magasins de vente au détail
<b>6.9</b>	<b>7.2</b>	<b>6.0</b>	<b>4.5</b>	<b>-0.3</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Yukon</b>					
Supermarkets and grocery stores	25.4	26.4	25.0	21.8	24.1
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	x
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	x	x	x	x	x
Other clothing stores	x	x	x	x	x
Household furniture and appliance stores	x	x	x	x	x
Household furnishings stores	x	x	x	x	x
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	x	x	x	x	x
Gasoline service stations	x	x	x	x	x
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	x
General merchandise stores	x	x	x	x	x
Other semi-durable goods stores	3.8	4.6	3.6	2.3	3.8
Other durable goods stores	x	x	x	x	x
Other retail stores	x	x	x	x	x
<b>Total, all stores</b>	<b>81.4</b>	<b>93.9</b>	<b>88.5</b>	<b>65.5</b>	<b>77.2</b>
<b>Northwest Territories</b>					
Supermarkets and grocery stores	21.1	22.2	20.6	18.5	
All other food stores	x	x	x	x	
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	
Shoe stores	x	x	x	x	
Men's clothing stores	x	x	x	x	
Women's clothing stores	x	x	x	x	
Other clothing stores	x	x	x	x	
Household furniture and appliance stores	x	x	x	x	
Household furnishings stores	x	x	x	x	
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	15.7	20.9	19.3	18.1	
Gasoline service stations	6.1	5.4	4.3	6.0	
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	
General merchandise stores	x	x	x	x	
Other semi-durable goods stores	x	x	x	x	
Other durable goods stores	3.1	2.4	2.9	1.8	
Other retail stores	x	x	x	x	
<b>Total, all stores</b>	<b>97.2</b>	<b>97.5</b>	<b>92.7</b>	<b>83.5</b>	



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	
Per cent – Pourcentage					
5.4	-0.8	2.0	-0.5	-3.2	<b>Yukon</b>
x	x	x	x	x	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
					Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour femmes
x	x	x	x	x	Autres magasins de vêtements
x	x	x	x	x	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
x	x	x	x	x	Magasins d'accessoires d'ameublement
x	x	x	x	x	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
x	x	x	x	x	Stations-service
x	x	x	x	x	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
x	x	x	x	x	Magasins de marchandises diverses
-	2.2	5.9	-4.2	-13.6	Autres magasins de produits semi-durables
x	x	x	x	x	Autres magasins de produits durables
x	x	x	x	x	Autres magasins de vente au détail
5.4	4.8	8.2	3.8	-0.8	<b>Total, ensemble des magasins</b>
					<b>Territoires du Nord-Ouest</b>
					Supermarchés d'alimentation et épiceries
					Tous les autres magasins d'alimentation
					Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
					Magasins de chaussures
					Magasins de vêtements pour hommes
					Magasins de vêtements pour femmes
					Autres magasins de vêtements
					Magasins de meubles et d'appareils ménagers
					Magasins d'accessoires d'ameublement
					Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
					Stations-service
					Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
					Magasins de marchandises diverses
					Autres magasins de produits semi-durables
					Autres magasins de produits durables
					Autres magasins de vente au détail
					<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Nunavut</b>					
Supermarkets and grocery stores	7.7	7.3	8.2	6.6	
All other food stores	x	x	x	x	
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	
Shoe stores	x	x	x	x	
Men's clothing stores	x	x	x	x	
Women's clothing stores	x	x	x	x	
Other clothing stores	x	x	x	x	
Household furniture and appliance stores	x	x	x	x	
Household furnishings stores	x	x	x	x	
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	x	x	x	x	
Gasoline service stations	x	x	x	x	
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	
General merchandise stores	x	x	x	x	
Other semi-durable goods stores	x	x	x	x	
Other durable goods stores	x	x	x	x	
Other retail stores	x	x	x	x	
<b>Total, all stores</b>	<b>46.3</b>	<b>43.8</b>	<b>44.7</b>	<b>38.7</b>	

Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	
Per cent – Pourcentage					
					<b>Nunavut</b>
					Supermarchés d'alimentation et épiceries
					Tous les autres magasins d'alimentation
					Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
					Magasins de chaussures
					Magasins de vêtements pour hommes
					Magasins de vêtements pour femmes
					Autres magasins de vêtements
					Magasins de meubles et d'appareils ménagers
					Magasins d'accessoires d'ameublement
					Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
					Stations-service
					Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
					Magasins de marchandises diverses
					Autres magasins de produits semi-durables
					Autres magasins de produits durables
					Autres magasins de vente au détail
					<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 4

**Retail Trade Sample Response Fraction and coefficient of Variation  
(Current Periods)**

	Response fraction Fraction de réponse			
	February 2000 Février	January 2000 Janvier	December 1999 Décembre	November 1999 Novembre
	Per cent – Pourcentage			
<b>Trade Group - Canada</b>				
Supermarkets and grocery stores	92.9	95.5	96.4	94.7
All other food stores	87.4	87.6	91.9	90.6
Drugs and patent medicine stores	90.6	90.8	92.5	92.6
Shoe stores	85.3	84.8	95.7	95.6
Men's clothing stores	91.7	92.4	92.4	92.2
Women's clothing stores	92.0	92.7	95.2	95.1
Other clothing stores	94.4	96.0	96.0	95.6
Household furniture and appliance stores	90.8	92.1	90.8	93.5
Household furnishings stores	85.0	90.5	93.0	86.2
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	93.6	93.5	95.6	95.8
Gasoline service stations	90.2	93.0	95.2	94.6
Automotive parts, accessories and services	89.5	90.9	95.0	94.2
General merchandise stores	99.1	99.2	99.3	99.3
Other semi-durable goods stores	91.6	92.7	93.9	92.3
Other durable goods stores	86.7	92.2	93.7	93.6
Other retail stores	83.7	94.2	97.0	96.3
<b>Total, all stores</b>	<b>92.3</b>	<b>94.0</b>	<b>95.7</b>	<b>95.2</b>
<b>Regions</b>				
Newfoundland	94.8	96.0	96.0	97.0
Prince Edward Island	93.6	95.0	96.0	95.4
Nova Scotia	95.9	96.4	97.0	96.6
New Brunswick	92.9	93.8	95.7	95.7
Quebec	91.5	92.5	95.2	95.1
Ontario	93.0	95.0	95.7	95.6
Manitoba	91.6	92.3	96.0	94.0
Saskatchewan	92.6	93.5	94.6	93.7
Alberta	92.6	93.5	95.6	94.1
British Columbia	90.2	93.8	96.1	95.1
Yukon	85.7	88.7	90.9	90.1
Nunavut	80.9	93.8	95.6	99.8
Northwest Territories	93.7	95.4	96.1	96.4



Tableau 4

## Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation (périodes courantes)

Coefficient of variation Coefficient de variation				
February 2000 Février	January 2000 Janvier	December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	
Per cent – Pourcentage				
<b>Groupe de commerce - Canada</b>				
1.6	1.6	1.5	1.5	Supermarchés d'alimentation et épiceries
5.8	5.9	6.3	5.6	Tous les autres magasins d'alimentation
2.1	2.2	2.0	2.0	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
3.8	3.5	3.4	3.2	Magasins de chaussures
4.2	4.1	3.4	3.2	Magasins de vêtements pour hommes
3.5	3.2	2.5	2.6	Magasins de vêtements pour femmes
2.1	2.0	1.7	1.7	Autres magasins de vêtements
4.1	4.0	4.4	3.9	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
5.9	4.3	4.0	3.6	Magasins d'accessoires d'ameublement
3.7	3.5	3.5	3.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
2.9	2.7	2.6	2.6	Stations-service
3.0	2.8	2.4	2.6	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
1.1	1.0	0.6	0.7	Magasins de marchandises diverses
4.0	4.4	3.7	4.3	Autres magasins de produits semi-durables
3.7	4.0	3.6	3.5	Autres magasins de produits durables
2.4	2.4	1.7	2.2	Autres magasins de vente au détail
1.1	1.1	0.9	1.0	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Régions</b>				
5.1	4.9	2.7	3.7	Terre-Neuve
1.8	1.7	1.4	1.6	Île-du-Prince-Édouard
5.2	4.9	3.5	4.1	Nouvelle-Écosse
3.7	3.4	2.6	2.9	Nouveau-Brunswick
3.1	2.6	2.3	2.6	Québec
2.1	1.9	1.6	1.9	Ontario
2.3	2.2	2.1	2.1	Manitoba
2.3	2.2	2.1	2.1	Saskatchewan
2.5	2.7	2.0	2.4	Alberta
1.8	1.8	1.4	1.6	Colombie-Britannique
0.6	0.6	0.5	0.5	Yukon
-	-	-	-	Nunavut
-	-	-	-	Territoires du Nord Ouest

Table 5

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Historical Estimates)**

	February 2000 Février	January 2000 Janvier	December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	October 1999 Octobre	September 1999 Septembre	August 1999 Août
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Trade Group - Canada</b>							
Supermarkets and grocery stores	4,575.8	4,491.4	4,663.7	4,574.5	4,540.4	4,550.2	4,553.1
All other food stores	373.5	370.4	374.4	371.1	367.3	366.7	365.1
Drugs and patent medicine stores	1,108.6	1,120.7	1,117.5	1,130.7	1,116.3	1,117.4	1,114.1
Shoe stores	136.1	137.6	136.5	128.0	137.4	129.4	133.0
Men's clothing stores	129.8	128.1	128.0	129.1	131.3	126.3	132.9
Women's clothing stores	376.9	386.3	380.3	383.0	379.8	361.6	379.1
Other clothing stores	577.1	584.2	562.3	557.7	567.1	552.9	559.6
Household furniture and appliance stores	977.5	998.1	970.9	945.6	976.4	940.9	934.1
Household furnishings stores	229.2	224.4	222.1	229.6	224.0	215.6	216.6
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,817.9	6,133.6	6,107.6	5,877.2	5,657.4	6,069.5	6,009.9
Gasoline service stations	1,773.4	1,672.9	1,690.9	1,629.2	1,610.0	1,584.0	1,569.0
Automotive parts, accessories and services	1,261.5	1,273.6	1,312.0	1,276.0	1,249.4	1,259.3	1,251.6
General merchandise stores	2,549.7	2,587.3	2,482.0	2,446.1	2,580.2	2,578.9	2,582.6
Other semi-durable goods stores	697.0	744.7	684.6	710.1	713.4	708.8	727.7
Other durable goods stores	613.8	609.3	596.1	588.4	594.0	588.3	587.5
Other retail stores	1,075.7	1,062.6	1,089.2	1,077.6	1,067.4	1,057.6	1,041.7
<b>Total, all stores</b>	<b>22,273.3</b>	<b>22,525.3</b>	<b>22,518.2</b>	<b>22,053.9</b>	<b>21,911.9</b>	<b>22,207.3</b>	<b>22,157.5</b>
<b>Regions</b>							
Newfoundland	359.3	362.9	360.0	358.9	354.1	358.6	351.0
Prince Edward Island	102.0	99.2	101.8	100.1	99.5	100.8	98.2
Nova Scotia	694.4	674.0	704.7	692.4	688.2	688.7	685.2
New Brunswick	556.9	565.5	570.9	561.2	555.3	560.1	568.0
Quebec	5,101.7	5,249.8	5,199.4	5,104.2	5,057.5	5,124.3	5,097.8
Ontario	8,481.9	8,594.3	8,548.3	8,425.8	8,392.3	8,458.5	8,572.7
Manitoba	774.1	769.1	778.0	755.5	738.3	775.7	769.1
Saskatchewan	666.5	665.9	673.5	657.7	631.7	657.0	659.0
Alberta	2,561.3	2,573.3	2,577.4	2,502.7	2,497.2	2,556.9	2,483.1
British Columbia	2,899.9	2,896.4	2,928.4	2,821.9	2,825.2	2,852.4	2,800.1
Yukon	28.0	27.7	28.5	27.5	26.4	28.1	27.4
Nunavut	14.8	14.9	14.5	14.8	14.5	14.8	14.4
Northwest Territories	32.3	32.2	32.8	31.2	31.8	31.5	31.5

Tableau 5

Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations historiques)

July 1999 Juillet	June 1999 Juin	May 1999 Mai	April 1999 Avril	March 1999 Mars	February 1999 Février	
Millions of dollars – Millions de dollars						
						<b>Groupe de commerce - Canada</b>
4,537.5	4,525.1	4,538.8	4,520.4	4,512.4	4,481.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries
362.3	363.4	367.0	361.5	370.0	360.6	Tous les autres magasins d'alimentation
1,115.3	1,105.1	1,100.4	1,095.9	1,109.1	1,113.3	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
136.7	129.1	140.1	140.7	140.3	135.8	Magasins de chaussures
128.5	123.2	127.0	126.9	129.2	127.7	Magasins de vêtements pour hommes
376.7	368.6	377.5	371.9	375.0	377.6	Magasins de vêtements pour femmes
571.4	551.8	560.9	554.8	550.0	548.6	Autres magasins de vêtements
935.7	946.4	913.0	864.1	890.6	885.9	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
217.9	206.5	211.3	209.5	207.3	206.9	Magasins d'accessoires d'ameublement
5,858.6	5,688.1	5,455.0	5,655.1	5,742.0	5,741.2	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
1,515.4	1,468.0	1,459.0	1,451.2	1,371.2	1,313.7	Stations-service
1,222.1	1,236.8	1,237.2	1,224.0	1,219.8	1,198.6	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
2,544.4	2,490.4	2,496.0	2,451.8	2,440.7	2,431.8	Magasins de marchandises diverses
717.8	708.5	710.3	701.9	715.0	694.2	Autres magasins de produits semi-durables
580.9	577.5	583.4	585.7	596.9	588.7	Autres magasins de produits durables
1,050.6	1,049.9	1,072.2	1,038.3	1,027.7	1,024.9	Autres magasins de vente au détail
<b>21,871.9</b>	<b>21,538.6</b>	<b>21,349.1</b>	<b>21,353.8</b>	<b>21,397.1</b>	<b>21,231.3</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
						<b>Régions</b>
350.1	353.8	352.0	343.3	356.9	344.2	Terre-Neuve
98.4	97.4	94.1	91.6	92.5	89.4	Île-du-Prince-Édouard
677.2	691.9	678.3	649.5	669.0	664.8	Nouvelle-Écosse
555.1	544.5	551.9	540.6	537.2	535.3	Nouveau-Brunswick
5,067.8	5,010.6	5,013.4	5,024.1	5,070.8	5,018.3	Québec
8,375.7	8,202.6	8,122.9	8,089.7	8,059.9	8,001.0	Ontario
746.5	737.4	729.4	743.1	755.0	746.1	Manitoba
648.9	639.9	635.9	637.1	632.6	626.6	Saskatchewan
2,460.5	2,401.8	2,345.6	2,367.7	2,390.2	2,379.0	Alberta
2,819.0	2,786.2	2,754.1	2,796.8	2,760.2	2,753.9	Colombie-Britannique
27.5	27.7	27.5	27.4	26.7	28.4	Yukon
14.3	14.6	14.2	15.3	14.4	13.5	Nunavut
31.1	30.2	29.8	27.6	31.8	30.7	Territoires du Nord Ouest

Table 6

**Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Historical Estimates)**

	February 2000 Février	January 2000 Janvier	December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	October 1999 Octobre	September 1999 Septembre	August 1999 Août
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Trade Group - Canada</b>							
Supermarkets and grocery stores	4,156.5	4,313.4	5,077.3	4,305.8	4,623.8	4,540.9	4,498.3
All other food stores	334.5	321.0	473.0	348.4	366.3	357.2	358.5
Drugs and patent medicine stores	1,043.1	1,070.6	1,415.9	1,116.4	1,115.3	1,090.7	1,089.9
Shoe stores	81.8	105.5	178.1	140.1	157.1	139.3	135.6
Men's clothing stores	83.5	98.7	261.0	156.1	136.4	118.6	109.5
Women's clothing stores	262.9	276.1	612.4	410.9	399.7	374.1	359.2
Other clothing stores	393.3	424.8	969.1	618.0	614.1	585.0	604.5
Household furniture and appliance stores	785.2	828.9	1,454.4	1,045.9	1,010.8	959.8	942.8
Household furnishings stores	185.7	171.3	281.9	260.7	233.0	219.6	221.8
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,842.3	4,648.2	5,371.1	5,510.5	5,429.0	6,164.6	5,979.2
Gasoline service stations	1,569.2	1,525.5	1,698.2	1,581.1	1,648.3	1,622.5	1,702.0
Automotive parts, accessories and services	980.9	1,050.7	1,461.4	1,427.9	1,259.0	1,245.6	1,231.1
General merchandise stores	1,884.8	1,929.0	4,147.0	2,961.3	2,683.1	2,499.0	2,480.5
Other semi-durable goods stores	497.4	537.8	1,064.1	762.6	689.4	720.2	755.3
Other durable goods stores	452.0	485.8	1,127.6	557.0	534.0	573.5	613.5
Other retail stores	837.2	811.2	1,558.8	1,006.1	1,064.1	1,050.7	1,086.8
<b>Total, all stores</b>	<b>18,390.2</b>	<b>18,598.5</b>	<b>27,151.3</b>	<b>22,208.9</b>	<b>21,963.3</b>	<b>22,261.4</b>	<b>22,168.4</b>
<b>Regions</b>							
Newfoundland	284.8	280.8	435.7	376.5	352.8	354.6	363.2
Prince Edward Island	77.5	75.4	121.2	97.7	97.2	101.7	111.1
Nova Scotia	573.1	552.7	857.9	708.8	684.8	680.5	700.8
New Brunswick	445.0	443.4	683.1	569.5	560.7	559.5	583.9
Quebec	4,160.3	4,250.7	5,883.1	5,042.7	5,081.5	5,158.3	5,122.0
Ontario	6,984.1	7,055.5	10,609.3	8,627.0	8,368.3	8,521.3	8,427.0
Manitoba	645.5	641.8	963.3	760.2	755.2	775.1	762.7
Saskatchewan	549.1	564.5	819.7	667.2	662.4	651.3	661.6
Alberta	2,118.2	2,179.4	3,167.7	2,533.8	2,518.7	2,531.9	2,487.5
British Columbia	2,490.5	2,492.4	3,524.4	2,757.6	2,810.8	2,852.2	2,871.4
Yukon	20.9	21.6	31.3	25.0	25.1	29.0	31.0
Nunavut	13.3	13.0	17.3	14.2	14.8	14.3	14.9
Northwest Territories	27.9	27.3	37.4	28.5	31.2	31.7	31.3



Tableau 6

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations historiques)

July 1999 Juillet	June 1999 Juin	May 1999 Mai	April 1999 Avril	March 1999 Mars	February 1999 Février	Year 2000 Année	
Millions of dollars – Millions de dollars							
							<b>Groupe de commerce - Canada</b>
4,997.8	4,564.5	4,650.5	4,510.9	4,282.6	3,961.1	8,469.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries
385.9	379.3	381.6	355.4	347.4	315.6	655.5	Tous les autres magasins d'alimentation
1,099.1	1,086.1	1,076.9	1,077.7	1,088.9	1,014.7	2,113.7	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
130.1	140.4	164.8	142.3	108.5	80.6	187.3	Magasins de chaussures
115.0	125.3	125.7	114.7	95.6	79.7	182.2	Magasins de vêtements pour hommes
372.0	372.9	404.4	362.4	308.3	253.1	539.0	Magasins de vêtements pour femmes
525.5	502.9	535.4	499.2	461.0	362.1	818.1	Autres magasins de vêtements
944.5	904.3	829.3	777.2	791.2	684.4	1,614.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
225.7	218.1	206.4	193.7	193.1	160.7	357.0	Magasins d'accessoires d'ameublement
6,207.4	6,889.7	6,476.7	6,481.9	6,094.6	4,559.0	9,490.5	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
1,661.0	1,521.1	1,503.1	1,399.6	1,299.9	1,137.1	3,094.7	Stations-service
1,325.3	1,379.0	1,356.2	1,228.7	1,088.8	897.1	2,031.6	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
2,417.6	2,393.5	2,456.9	2,273.6	2,113.0	1,744.5	3,813.8	Magasins de marchandises diverses
757.3	762.1	806.7	631.2	556.0	480.0	1,035.2	Autres magasins de produits semi-durables
601.7	565.2	584.9	536.5	470.3	422.0	937.8	Autres magasins de produits durables
1,236.3	1,088.4	1,099.8	967.2	870.5	784.8	1,648.4	Autres magasins de vente au détail
<b>23,002.3</b>	<b>22,892.8</b>	<b>22,659.2</b>	<b>21,552.2</b>	<b>20,169.7</b>	<b>16,936.5</b>	<b>36,988.7</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
							<b>Régions</b>
382.2	379.7	376.8	341.7	329.1	262.2	565.6	Terre-Neuve
119.0	108.3	98.9	84.9	79.3	65.4	152.9	Île-du-Prince-Édouard
728.3	732.5	708.4	658.4	612.9	529.9	1,125.8	Nouvelle-Écosse
602.0	591.5	591.3	539.1	493.0	413.2	888.4	Nouveau-Brunswick
5,407.2	5,384.6	5,542.8	5,310.9	4,784.8	3,936.4	8,411.0	Québec
8,694.1	8,785.4	8,539.8	8,028.2	7,551.4	6,384.4	14,039.6	Ontario
771.1	771.7	760.8	749.0	715.7	602.1	1,287.3	Manitoba
677.1	673.5	654.6	633.5	585.1	501.0	1,113.6	Saskatchewan
2,540.6	2,507.9	2,467.2	2,361.0	2,288.0	1,902.3	4,297.6	Alberta
2,997.8	2,876.9	2,843.0	2,776.4	2,660.1	2,281.6	4,982.9	Colombie-Britannique
33.8	32.5	30.0	26.0	24.6	20.6	42.5	Yukon
14.7	14.2	15.0	15.5	14.3	12.0	26.3	Nunavut
34.5	34.1	30.8	27.8	31.4	25.7	55.2	Territoires du Nord Ouest

Table 7

**Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region  
(Current Periods)**

	Sales Ventes				
	February 2000 Février	January 2000 Janvier	December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	Year-to-date 2000 Cumulatif
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Regions</b>					
Newfoundland	77.7	78.3	182.8	147.7	156.0
Prince Edward Island	21.2	20.1	48.5	33.6	41.3
Nova Scotia	158.6	154.9	360.3	261.2	313.5
New Brunswick	120.6	121.1	267.6	198.6	241.7
Quebec	1,191.4	1,304.0	2,305.6	1,665.7	2,495.4
Ontario	2,292.3	2,393.7	4,712.8	3,283.3	4,686.0
Manitoba	177.2	177.9	374.1	250.8	355.1
Saskatchewan	167.9	173.7	332.9	232.5	341.6
Alberta	644.3	659.5	1,317.2	888.1	1,303.8
British Columbia	792.5	820.2	1,569.5	1,037.5	1,612.7
Yukon	4.7	4.8	9.3	6.4	9.5
Nunavut	10.8	10.5	14.1	11.6	21.3
Northwest Territories	10.3	9.6	16.8	12.0	19.9
<b>Total</b>	<b>5,669.6</b>	<b>5,928.5</b>	<b>11,511.5</b>	<b>8,029.1</b>	<b>11,598.1</b>

Table 8

**Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region  
(Historical Estimates)**

	February 2000 Février	January 2000 Janvier	December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	October 1999 Octobre	September 1999 Septembre	August 1999 Août
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Regions</b>							
Newfoundland	77.7	78.3	182.8	147.7	119.9	110.3	107.1
Prince Edward Island	21.2	20.1	48.5	33.6	29.8	31.0	36.4
Nova Scotia	158.6	154.9	360.3	261.2	221.3	206.1	215.9
New Brunswick	120.6	121.1	267.6	198.6	171.0	158.4	162.8
Quebec	1,191.4	1,304.0	2,305.6	1,665.7	1,668.5	1,569.3	1,580.8
Ontario	2,292.3	2,393.7	4,712.8	3,283.3	3,064.5	2,956.4	2,944.4
Manitoba	177.2	177.9	374.1	250.8	235.9	222.1	227.4
Saskatchewan	167.9	173.7	332.9	232.5	220.1	200.6	208.4
Alberta	644.3	659.5	1,317.2	888.1	820.9	800.8	819.1
British Columbia	792.5	820.2	1,569.5	1,037.5	990.4	994.7	978.7
Yukon	4.7	4.8	9.3	6.4	6.1	6.7	7.6
Nunavut	10.8	10.5	14.1	11.6	12.0	11.7	12.2
Northwest Territories	10.3	9.6	16.8	12.0	12.5	12.0	11.6
<b>Total</b>	<b>5,669.6</b>	<b>5,928.5</b>	<b>11,511.5</b>	<b>8,029.1</b>	<b>7,572.8</b>	<b>7,280.0</b>	<b>7,312.5</b>

Tableau 7

**Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)**

Change from previous year  
Variation par rapport à l'année précédente

February 2000 Février	January 2000 Janvier	December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	Year-to-date 2000 Cumulatif	
Per cent – Pourcentage					
					Régions
3.5	4.8	6.6	5.5	4.1	Terre-Neuve
11.0	3.1	8.0	12.0	7.0	Île-du-Prince-Édouard
8.0	0.3	7.8	7.4	4.0	Nouvelle-Écosse
9.5	6.0	8.0	7.8	7.8	Nouveau-Brunswick
6.7	3.5	4.1	2.6	5.0	Québec
7.6	7.4	5.8	4.7	7.5	Ontario
7.7	4.3	4.4	0.7	6.0	Manitoba
8.2	4.6	5.1	3.4	6.4	Saskatchewan
7.8	6.5	6.2	3.0	7.1	Alberta
6.7	2.4	4.5	3.8	4.5	Colombie-Britannique
14.6	17.1	9.4	10.3	15.9	Yukon
14.9	6.1			10.4	Nunavut
6.2	1.1			3.6	Territoires du Nord Ouest
7.3	5.3	5.4	4.0	6.3	Total

Tableau 8

**Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)**

July 1999 Juillet	June 1999 Juin	May 1999 Mai	April 1999 Avril	March 1999 Mars	February 1999 Février	Year 2000 Année	
Millions of dollars – Millions de dollars							
							Régions
103.7	100.4	102.0	91.7	89.8	75.1	156.0	Terre-Neuve
35.9	30.8	28.1	22.8	22.6	19.1	41.3	Île-du-Prince-Édouard
203.6	197.5	199.0	178.2	179.3	146.9	313.5	Nouvelle-Écosse
154.7	149.7	150.7	138.9	130.9	110.1	241.7	Nouveau-Brunswick
1,611.8	1,576.3	1,677.6	1,511.7	1,319.9	1,116.9	2,495.4	Québec
2,873.6	2,863.6	2,890.2	2,620.1	2,456.0	2,130.3	4,686.0	Ontario
219.9	217.2	217.8	210.9	201.0	164.5	355.1	Manitoba
202.2	203.5	199.6	192.3	180.1	155.2	341.6	Saskatchewan
780.3	767.8	761.0	714.1	702.4	597.7	1,303.8	Alberta
971.3	932.8	935.6	898.9	875.7	742.7	1,612.7	Colombie-Britannique
7.5	7.0	5.8	5.3	5.2	4.1	9.5	Yukon
11.9	11.4	12.2	12.0	11.4	9.4	21.3	Nunavut
12.0	12.9	11.8	11.6	11.4	9.7	19.9	Territoires du Nord Ouest
7,188.6	7,070.9	7,191.4	6,608.5	6,185.9	5,281.8	11,598.1	Total

Table 9

## Retail Sales, Canada, Current and Constant (1992) Dollar Estimates

	Unadjusted Non désaisonnalisé				
	Price Index	Current Dollars	Year to year per cent change Variation en pourcentage pour l'année	Constant 1992 dollars Dollars constants 1992	Year to year per cent change Variation en pourcentage pour l'année
	Indice des prix	Dollars courants			
		Millions \$	%	Millions \$	%
<b>1998</b>					
January	107.6	17,223.5	4.8	16,010.9	3.9
February	107.7	16,271.3	4.2	15,108.5	4.0
March	108.7	18,738.1	6.1	17,240.8	5.6
April	108.6	20,804.2	5.1	19,156.7	5.1
May	108.9	22,336.2	2.9	20,512.7	2.5
June	108.8	21,643.7	4.8	19,884.0	4.1
July	107.8	21,696.9	4.7	20,129.8	4.4
August	107.3	20,608.3	1.9	19,207.8	2.0
September	107.6	20,660.5	5.0	19,193.2	4.7
October	107.6	21,078.5	2.1	19,596.3	2.3
November	107.7	20,716.2	2.6	19,243.8	2.4
December	106.1	24,863.5	1.4	23,430.1	1.7
<b>Year</b>	<b>107.9</b>	<b>246,640.9</b>	<b>3.8</b>	<b>228,714.6</b>	<b>3.6</b>
<b>1999</b>					
January	107.9	17,724.5	2.9	16,422.5	2.6
February	108.2	16,936.5	4.1	15,658.8	3.6
March	110.0	20,169.7	7.6	18,335.5	6.3
April	110.4	21,552.2	3.6	19,522.8	1.9
May	110.4	22,659.2	1.4	20,530.3	0.1
June	110.4	22,892.8	5.8	20,728.0	4.2
July	109.9	23,002.3	6.0	20,933.3	4.0
August	110.0	22,168.4	7.6	20,150.1	4.9
September	110.6	22,261.4	7.7	20,125.9	4.9
October	110.2	21,963.3	4.2	19,933.4	1.7
November	110.1	22,208.9	7.2	20,162.6	4.8
December	108.8	27,151.3	9.2	24,949.9	6.5
<b>Year</b>	<b>109.7</b>	<b>260,690.5</b>	<b>5.6</b>	<b>237,453.1</b>	<b>3.8</b>
<b>2000</b>					
January	110.1	18,598.5	4.9	16,896.6	2.9
February	110.8	18,390.2	8.6	16,598.5	6.0
March					
April					
May					
June					
July					
August					
September					
October					
November					
December					
<b>Year</b>					

1. Seasonally adjusted constant (1992) dollar estimates are derived by deflating, with an implicit price index, the seasonally adjusted current dollar estimate.



Tableau 9

## Commerce de détail, Canada, estimations en dollars courants et constants (1992)

Price Index  Indice des prix	Current Dollars  Dollars courants	Seasonally adjusted Désaisonnalisé		Constant 1992 dollars <sup>1</sup> Dollars constants 1992 <sup>1</sup>	Month to month per cent change Variation en pourcentage pour le mois	
		Month to month per cent change Variation en pourcentage pour le mois				
	Millions \$	%	Millions \$	%		
107.7	20,053.5	-3.8	18,617.3	-3.1		<b>1998</b>
107.5	20,348.0	1.5	18,926.9	1.7		Janvier
107.5	20,338.8	0.0	18,923.0	0.0		Février
						Mars
107.5	20,727.2	1.9	19,274.8	1.9		Avril
107.9	20,690.3	-0.2	19,170.9	-0.5		Mai
108.0	20,455.0	-1.1	18,931.5	-1.2		Juin
107.8	20,625.3	0.8	19,138.1	1.1		Juillet
107.7	20,560.3	-0.3	19,086.2	-0.3		Août
108.0	20,744.9	0.9	19,202.0	0.6		Septembre
107.9	20,578.6	-0.8	19,068.4	-0.7		Octobre
108.1	20,827.8	1.2	19,269.9	1.1		Novembre
107.9	20,691.3	-0.7	19,174.7	-0.5		Décembre
<b>107.8</b>	<b>246,641.0</b>	...	<b>228,783.7</b>	...		<b>Année</b>
108.2	21,100.2	2.0	19,507.9	1.7		<b>1999</b>
108.1	21,231.3	0.6	19,644.7	0.7		Janvier
108.7	21,397.1	0.8	19,690.2	0.2		Février
						Mars
109.3	21,353.8	-0.2	19,536.4	-0.8		Avril
109.4	21,349.1	0.0	19,507.8	-0.1		Mai
109.5	21,538.6	0.9	19,662.6	0.8		Juin
109.9	21,871.9	1.5	19,906.4	1.2		Juillet
110.4	22,157.5	1.3	20,065.2	0.8		Août
110.9	22,207.3	0.2	20,022.4	-0.2		Septembre
110.6	21,911.9	-1.3	19,818.4	-1.0		Octobre
110.6	22,053.9	0.6	19,944.3	0.6		Novembre
111.0	22,518.2	2.1	20,283.4	1.7		Décembre
<b>109.7</b>	<b>260,690.8</b>	...	<b>237,589.7</b>	...		<b>Année</b>
110.2	22,525.3	0.0	20,432.6	0.7		<b>2000</b>
110.6	22,273.3	-1.1	20,134.0	-1.5		Janvier
						Février
						Mars
						Avril
						Mai
						Juin
						Juillet
						Août
						Septembre
						Octobre
						Novembre
						Décembre
						<b>Année</b>

1. La désaisonnalisation des estimations en dollars constants (1992) s'obtient en dégonflant avec un indice implicite, les données désaisonnalisées en dollars courants.

Table 10

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Historical Estimates)**

	Sales Ventes					
	January 1999 Janvier	February 1999 Février	March 1999 Mars	April 1999 Avril	May 1999 Mai	June 1999 Juin
Millions of dollars – Millions de dollars						
<b>Trade Group - Canada</b>						
Supermarkets and grocery stores	4,502.7	4,481.6	4,512.4	4,520.4	4,538.8	4,525.1
All other food stores	359.4	360.6	370.0	361.5	367.0	363.4
Drugs and patent medicine stores	1,099.5	1,113.3	1,109.1	1,095.9	1,100.4	1,105.1
Shoe stores	138.7	135.8	140.3	140.7	140.1	129.1
Men's clothing stores	126.2	127.7	129.2	126.9	127.0	123.2
Women's clothing stores	373.7	377.6	375.0	371.9	377.5	368.6
Other clothing stores	529.7	548.6	550.0	554.8	560.9	551.8
Household furniture and appliance stores	878.6	885.9	890.6	864.1	913.0	946.4
Household furnishings stores	204.6	206.9	207.3	209.5	211.3	206.5
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,514.7	5,741.2	5,742.0	5,655.1	5,455.0	5,688.1
Gasoline service stations	1,338.9	1,313.7	1,371.2	1,451.2	1,459.0	1,468.0
Automotive parts, accessories and services	1,251.5	1,198.6	1,219.8	1,224.0	1,237.2	1,236.8
General merchandise stores	2,464.5	2,431.8	2,440.7	2,451.8	2,496.0	2,490.4
Other semi-durable goods stores	700.6	694.2	715.0	701.9	710.3	708.5
Other durable goods stores	592.9	588.7	596.9	585.7	583.4	577.5
Other retail stores	1,024.0	1,024.9	1,027.7	1,038.3	1,072.2	1,049.9
<b>Total, all stores</b>	<b>21,100.2</b>	<b>21,231.3</b>	<b>21,397.1</b>	<b>21,353.8</b>	<b>21,349.1</b>	<b>21,538.6</b>
<b>Regions</b>						
Newfoundland	340.2	344.2	356.9	343.3	352.0	353.8
Prince Edward Island	93.1	89.4	92.5	91.6	94.1	97.4
Nova Scotia	669.7	664.8	669.0	649.5	678.3	691.9
New Brunswick	527.5	535.3	537.2	540.6	551.9	544.5
Quebec	4,977.9	5,018.3	5,070.8	5,024.1	5,013.4	5,010.6
Ontario	7,900.4	8,001.0	8,059.9	8,089.7	8,122.9	8,202.6
Manitoba	749.4	746.1	755.0	743.1	729.4	737.4
Saskatchewan	634.7	626.6	632.6	637.1	635.9	639.9
Alberta	2,361.8	2,379.0	2,390.2	2,367.7	2,345.6	2,401.8
British Columbia	2,774.0	2,753.9	2,760.2	2,796.8	2,754.1	2,786.2
Yukon	26.2	28.4	26.7	27.4	27.5	27.7
Nunavut	14.4	13.5	14.4	15.3	14.2	14.6
Northwest Territories	31.0	30.7	31.8	27.6	29.8	30.2

Tableau 10

Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations historiques)

Sales Ventes						
July 1999 Juillet	August 1999 Août	September 1999 Septembre	October 1999 Octobre	November 1999 Novembre	December 1999 Décembre	
Millions of dollars – Millions de dollars						
						<b>Groupe de commerce - Canada</b>
4,537.5	4,553.1	4,550.2	4,540.4	4,574.5	4,663.7	Supermarchés d'alimentation et épiceries
362.3	365.1	366.7	367.3	371.1	374.4	Tous les autres magasins d'alimentation
1,115.3	1,114.1	1,117.4	1,116.3	1,130.7	1,117.5	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
136.7	133.0	129.4	137.4	128.0	136.5	Magasins de chaussures
128.5	132.9	126.3	131.3	129.1	128.0	Magasins de vêtements pour hommes
376.7	379.1	361.6	379.8	383.0	380.3	Magasins de vêtements pour femmes
571.4	559.6	552.9	567.1	557.7	562.3	Autres magasins de vêtements
935.7	934.1	940.9	976.4	945.6	970.9	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
217.9	216.6	215.6	224.0	229.6	222.1	Magasins d'accessoires d'ameublement
5,858.6	6,009.9	6,069.5	5,657.4	5,877.2	6,107.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
1,515.4	1,569.0	1,584.0	1,610.0	1,629.2	1,690.9	Stations-service
1,222.1	1,251.6	1,259.3	1,249.4	1,276.0	1,312.0	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
2,544.4	2,582.6	2,578.9	2,580.2	2,446.1	2,482.0	Magasins de marchandises diverses
717.8	727.7	708.8	713.4	710.1	684.6	Autres magasins de produits semi-durables
580.9	587.5	588.3	594.0	588.4	596.1	Autres magasins de produits durables
1,050.6	1,041.7	1,057.6	1,067.4	1,077.6	1,089.2	Autres magasins de vente au détail
<b>21,871.9</b>	<b>22,157.5</b>	<b>22,207.3</b>	<b>21,911.9</b>	<b>22,053.9</b>	<b>22,518.2</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
						<b>Régions</b>
350.1	351.0	358.6	354.1	358.9	360.0	Terre-Neuve
98.4	98.2	100.8	99.5	100.1	101.8	Île-du-Prince-Édouard
677.2	685.2	688.7	688.2	692.4	704.7	Nouvelle-Écosse
555.1	568.0	560.1	555.3	561.2	570.9	Nouveau-Brunswick
5,067.8	5,097.8	5,124.3	5,057.5	5,104.2	5,199.4	Québec
8,375.7	8,572.7	8,458.5	8,392.3	8,425.8	8,548.3	Ontario
746.5	769.1	775.7	738.3	755.5	778.0	Manitoba
648.9	659.0	657.0	631.7	657.7	673.5	Saskatchewan
2,460.5	2,483.1	2,556.9	2,497.2	2,502.7	2,577.4	Alberta
2,819.0	2,800.1	2,852.4	2,825.2	2,821.9	2,928.4	Colombie-Britannique
27.5	27.4	28.1	26.4	27.5	28.5	Yukon
14.3	14.4	14.8	14.5	14.8	14.5	Nunavut
31.1	31.5	31.5	31.8	31.2	32.8	Territoires du Nord Ouest

Table 10

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Historical Estimates)**

	Change from previous month Variation par rapport au mois précédent					
	January 1999 Janvier	February 1999 Février	March 1999 Mars	April 1999 Avril	May 1999 Mai	June 1999 Juin
	Per cent - Pourcentage					
<b>Trade Group - Canada</b>						
Supermarkets and grocery stores	1.1	-0.5	0.7	0.2	0.4	-0.3
All other food stores	0.7	0.3	2.6	-2.3	1.5	-1.0
Drugs and patent medicine stores	2.6	1.3	-0.4	-1.2	0.4	0.4
Shoe stores	-1.1	-2.1	3.3	0.3	-0.4	-7.9
Men's clothing stores	-2.4	1.2	1.2	-1.8	0.1	-3.0
Women's clothing stores	2.9	1.0	-0.7	-0.8	1.5	-2.4
Other clothing stores	1.1	3.6	0.3	0.9	1.1	-1.6
Household furniture and appliance stores	0.0	0.8	0.5	-3.0	5.7	3.7
Household furnishings stores	-2.0	1.1	0.2	1.1	0.9	-2.3
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	2.2	4.1	0.0	-1.5	-3.5	4.3
Gasoline service stations	1.1	-1.9	4.4	5.8	0.5	0.6
Automotive parts, accessories and services	3.1	-4.2	1.8	0.3	1.1	0.0
General merchandise stores	3.7	-1.3	0.4	0.5	1.8	-0.2
Other semi-durable goods stores	1.2	-0.9	3.0	-1.8	1.2	-0.3
Other durable goods stores	3.0	-0.7	1.4	-1.9	-0.4	-1.0
Other retail stores	3.8	0.1	0.3	1.0	3.3	-2.1
<b>Total, all stores</b>	<b>2.0</b>	<b>0.6</b>	<b>0.8</b>	<b>-0.2</b>	<b>0.0</b>	<b>0.9</b>
<b>Regions</b>						
Newfoundland	3.3	1.2	3.7	-3.8	2.5	0.5
Prince Edward Island	7.6	-4.0	3.5	-1.0	2.7	3.5
Nova Scotia	1.8	-0.7	0.6	-2.9	4.4	2.0
New Brunswick	5.3	1.5	0.4	0.6	2.1	-1.3
Quebec	3.2	0.8	1.0	-0.9	-0.2	-0.1
Ontario	1.5	1.3	0.7	0.4	0.4	1.0
Manitoba	2.3	-0.4	1.2	-1.6	-1.8	1.1
Saskatchewan	1.2	-1.3	1.0	0.7	-0.2	0.6
Alberta	0.9	0.7	0.5	-0.9	-0.9	2.4
British Columbia	1.4	-0.7	0.2	1.3	-1.5	1.2
Yukon	0.8	8.4	-6.0	2.6	0.4	0.7
Nunavut		-6.3	6.7	6.3	-7.2	2.8
Northwest Territories		-1.0	3.6	-13.2	8.0	1.3



Tableau 10

Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations historiques)

Change from previous month Variation par rapport au mois précédent					
July 1999 Juillet	August 1999 Août	September 1999 Septembre	October 1999 Octobre	November 1999 Novembre	December 1999 Décembre
Per cent – Pourcentage					
<b>Groupe de commerce - Canada</b>					
0.3	0.3	-0.1	-0.2	0.8	1.9
-0.3	0.8	0.4	0.2	1.0	0.9
0.9	-0.1	0.3	-0.1	1.3	-1.2
5.9	-2.7	-2.7	6.2	-6.8	6.6
4.3	3.4	-5.0	4.0	-1.7	-0.9
2.2	0.6	-4.6	5.0	0.8	-0.7
3.6	-2.1	-1.2	2.6	-1.7	0.8
-1.1	-0.2	0.7	3.8	-3.2	2.7
5.5	-0.6	-0.5	3.9	2.5	-3.3
3.0	2.6	1.0	-6.8	3.9	3.9
3.2	3.5	1.0	1.6	1.2	3.8
-1.2	2.4	0.6	-0.8	2.1	2.8
2.2	1.5	-0.1	0.1	-5.2	1.5
1.3	1.4	-2.6	0.6	-0.5	-3.6
0.6	1.1	0.1	1.0	-0.9	1.3
0.1	-0.8	1.5	0.9	1.0	1.1
<b>1.5</b>	<b>1.3</b>	<b>0.2</b>	<b>-1.3</b>	<b>0.6</b>	<b>2.1</b>
<b>Total, ensemble des magasins</b>					
<b>Régions</b>					
-1.0	0.3	2.2	-1.3	1.4	0.3
1.0	-0.2	2.6	-1.3	0.6	1.7
-2.1	1.2	0.5	-0.1	0.6	1.8
1.9	2.3	-1.4	-0.9	1.1	1.7
1.1	0.6	0.5	-1.3	0.9	1.9
2.1	2.4	-1.3	-0.8	0.4	1.5
1.2	3.0	0.9	-4.8	2.3	3.0
1.4	1.6	-0.3	-3.9	4.1	2.4
2.4	0.9	3.0	-2.3	0.2	3.0
1.2	-0.7	1.9	-1.0	-0.1	3.8
-0.7	-0.4	2.6	-6.0	4.2	3.6
-2.1	0.7	2.8	-2.0	2.1	-2.0
3.0	1.3	-	1.0	-1.9	5.1
<b>Territoires du Nord Ouest</b>					

Table 10

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Historical Estimates)**

	Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					
	January 1999 Janvier	February 1999 Février	March 1999 Mars	April 1999 Avril	May 1999 Mai	June 1999 Juin
	Per cent – Pourcentage					
<b>Trade Group - Canada</b>						
Supermarkets and grocery stores	2.2	2.2	2.1	1.8	2.0	1.3
All other food stores	-0.3	-0.1	3.6	0.8	2.2	0.9
Drugs and patent medicine stores	4.3	4.0	3.8	1.4	0.4	1.9
Shoe stores	0.2	-6.5	0.1	-1.0	-3.3	-5.2
Men's clothing stores	-6.0	-4.1	-1.7	-4.6	-3.7	-3.8
Women's clothing stores	3.6	1.4	0.0	-1.5	2.0	3.4
Other clothing stores	6.3	6.5	8.5	9.5	9.5	7.8
Household furniture and appliance stores	9.8	8.9	9.0	5.5	9.4	12.4
Household furnishings stores	4.8	3.9	2.5	4.5	8.0	2.8
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	6.5	8.5	9.5	3.1	-0.6	5.3
Gasoline service stations	-3.0	-3.7	0.0	6.3	7.2	9.1
Automotive parts, accessories and services	7.9	2.9	4.7	0.0	2.9	5.6
General merchandise stores	8.9	4.7	4.5	3.8	6.8	10.3
Other semi-durable goods stores	4.5	0.6	6.0	2.6	3.8	6.6
Other durable goods stores	16.1	4.1	8.9	4.5	3.5	1.8
Other retail stores	8.1	7.8	4.8	5.5	11.3	9.6
<b>Total, all stores</b>	<b>5.2</b>	<b>4.3</b>	<b>5.2</b>	<b>3.0</b>	<b>3.2</b>	<b>5.3</b>
<b>Regions</b>						
Newfoundland	4.8	5.2	11.9	5.9	7.8	7.7
Prince Edward Island	6.6	1.4	6.7	3.3	6.3	10.1
Nova Scotia	6.4	3.9	6.1	1.2	6.0	9.4
New Brunswick	6.0	9.9	6.5	4.1	9.1	7.5
Quebec	15.4	2.1	4.9	4.5	5.7	6.7
Ontario	5.0	7.3	6.8	4.2	3.8	6.7
Manitoba	1.4	6.3	4.2	0.8	0.3	0.3
Saskatchewan	-5.6	0.4	0.0	0.0	1.1	2.0
Alberta	-0.8	3.5	6.2	0.8	-0.5	3.2
British Columbia	-1.5	0.4	1.0	0.2	-0.9	0.9
Yukon	-1.5	10.9	1.5	7.9	9.1	8.6
Nunavut						
Northwest Territories						

Tableau 10

Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations historiques)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					
July 1999 Juillet	August 1999 Août	September 1999 Septembre	October 1999 Octobre	November 1999 Novembre	December 1999 Décembre
Per cent – Pourcentage					
<b>Groupe de commerce - Canada</b>					
1.3	2.7	2.0	1.7	2.0	4.7
-	1.5	2.5	-0.2	3.9	4.9
2.2	2.3	3.8	2.9	5.1	4.3
-0.8	-3.8	-6.2	2.7	-5.3	-2.6
-1.6	-0.2	-5.5	0.9	-2.8	-1.0
2.8	4.4	-1.7	4.9	3.2	4.7
8.7	5.0	2.5	5.3	1.9	7.3
8.2	8.0	10.7	14.3	8.8	10.5
9.9	6.3	5.5	9.4	6.5	6.4
9.3	10.9	10.8	7.7	7.7	13.2
12.4	17.7	18.9	20.6	22.9	27.6
0.7	5.5	4.7	1.9	5.8	8.0
9.1	12.3	9.7	9.4	3.6	4.5
5.7	8.2	2.7	1.6	-0.3	-1.1
1.8	4.9	2.5	3.1	1.8	3.5
8.7	7.3	7.2	8.4	8.1	10.4
<b>6.0</b>	<b>7.8</b>	<b>7.0</b>	<b>6.5</b>	<b>5.9</b>	<b>8.8</b>
<b>Total, ensemble des magasins</b>					
<b>Régions</b>					
6.0	8.9	8.1	5.4	5.8	9.3
10.4	11.3	15.2	14.8	14.0	17.7
4.0	6.4	7.0	6.3	5.9	7.2
9.0	13.4	10.8	11.3	10.8	14.0
5.9	7.0	6.7	5.1	5.1	7.8
8.8	10.7	8.5	8.5	7.3	9.8
2.2	5.5	3.8	1.1	2.5	6.2
2.6	4.1	1.4	0.7	4.4	7.3
4.3	6.4	6.8	7.9	6.2	10.1
1.8	2.5	4.8	3.8	3.0	7.0
5.0	3.0	7.7	1.9	4.6	9.6
					Yukon
					Nunavut
					Territoires du Nord Ouest

Table 11

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Historical Estimates)**

	Sales Ventes					
	January 1999 Janvier	February 1999 Février	March 1999 Mars	April 1999 Avril	May 1999 Mai	June 1999 Juin
Millions of dollars – Millions de dollars						
<b>Trade Group - Canada</b>						
Supermarkets and grocery stores	4,486.9	3,961.1	4,282.6	4,510.9	4,650.5	4,564.5
All other food stores	320.4	315.6	347.4	355.4	381.6	379.3
Drugs and patent medicine stores	1,063.1	1,014.7	1,088.9	1,077.7	1,076.9	1,086.1
Shoe stores	108.7	80.6	108.5	142.3	164.8	140.4
Men's clothing stores	98.8	79.7	95.6	114.7	125.7	125.3
Women's clothing stores	275.3	253.1	308.3	362.4	404.4	372.9
Other clothing stores	390.1	362.1	461.0	499.2	535.4	502.9
Household furniture and appliance stores	737.4	684.4	791.2	777.2	829.3	904.3
Household furnishings stores	157.4	160.7	193.1	193.7	206.4	218.1
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,212.6	4,559.0	6,094.6	6,481.9	6,476.7	6,889.7
Gasoline service stations	1,226.6	1,137.1	1,299.9	1,399.6	1,503.1	1,521.1
Automotive parts, accessories and services	1,038.2	897.1	1,088.8	1,228.7	1,356.2	1,379.0
General merchandise stores	1,819.5	1,744.5	2,113.0	2,273.6	2,456.9	2,393.5
Other semi-durable goods stores	508.0	480.0	556.0	631.2	806.7	762.1
Other durable goods stores	473.9	422.0	470.3	536.5	584.9	565.2
Other retail stores	807.7	784.8	870.5	967.2	1,099.8	1,088.4
<b>Total, all stores</b>	<b>17,724.5</b>	<b>16,936.5</b>	<b>20,169.7</b>	<b>21,552.2</b>	<b>22,659.2</b>	<b>22,892.8</b>
<b>Regions</b>						
Newfoundland	268.6	262.2	329.1	341.7	376.8	379.7
Prince Edward Island	72.0	65.4	79.3	84.9	98.9	108.3
Nova Scotia	556.5	529.9	612.9	658.4	708.4	732.5
New Brunswick	420.9	413.2	493.0	539.1	591.3	591.5
Quebec	4,112.1	3,936.4	4,784.8	5,310.9	5,542.8	5,384.6
Ontario	6,613.6	6,384.4	7,551.4	8,028.2	8,539.8	8,785.4
Manitoba	636.6	602.1	715.7	749.0	760.8	771.7
Saskatchewan	547.6	501.0	585.1	633.5	654.6	673.5
Alberta	2,017.3	1,902.3	2,288.0	2,361.0	2,467.2	2,507.9
British Columbia	2,420.1	2,281.6	2,660.1	2,776.4	2,843.0	2,876.9
Yukon	20.4	20.6	24.6	26.0	30.0	32.5
Nunavut	12.4	12.0	14.3	15.5	15.0	14.2
Northwest Territories	26.4	25.7	31.4	27.8	30.8	34.1



Tableau 11

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations historiques)

Sales Ventes					
July 1999 Juillet	August 1999 Août	September 1999 Septembre	October 1999 Octobre	November 1999 Novembre	December 1999 Décembre
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Groupe de commerce - Canada</b>					
4,997.8	4,498.3	4,540.9	4,623.8	4,305.8	5,077.3
385.9	358.5	357.2	366.3	348.4	473.0
1,099.1	1,089.9	1,090.7	1,115.3	1,116.4	1,415.9
130.1	135.6	139.3	157.1	140.1	178.1
115.0	109.5	118.6	136.4	156.1	261.0
372.0	359.2	374.1	399.7	410.9	612.4
525.5	604.5	585.0	614.1	618.0	969.1
944.5	942.8	959.8	1,010.8	1,045.9	1,454.4
225.7	221.8	219.6	233.0	260.7	281.9
6,207.4	5,979.2	6,164.6	5,429.0	5,510.5	5,371.1
1,661.0	1,702.0	1,622.5	1,648.3	1,581.1	1,698.2
1,325.3	1,231.1	1,245.6	1,259.0	1,427.9	1,461.4
2,417.6	2,480.5	2,499.0	2,683.1	2,961.3	4,147.0
757.3	755.3	720.2	689.4	762.6	1,064.1
601.7	613.5	573.5	534.0	557.0	1,127.6
1,236.3	1,086.8	1,050.7	1,064.1	1,006.1	1,558.8
<b>23,002.3</b>	<b>22,168.4</b>	<b>22,261.4</b>	<b>21,963.3</b>	<b>22,208.9</b>	<b>27,151.3</b>
<b>Total, ensemble des magasins</b>					
<b>Régions</b>					
382.2	363.2	354.6	352.8	376.5	435.7
119.0	111.1	101.7	97.2	97.7	121.2
728.3	700.8	680.5	684.8	708.8	857.9
602.0	583.9	559.5	560.7	569.5	683.1
5,407.2	5,122.0	5,158.3	5,081.5	5,042.7	5,883.1
8,694.1	8,427.0	8,521.3	8,368.3	8,627.0	10,609.3
771.1	762.7	775.1	755.2	760.2	963.3
677.1	661.6	651.3	662.4	667.2	819.7
2,540.6	2,487.5	2,531.9	2,518.7	2,533.8	3,167.7
2,997.8	2,871.4	2,852.2	2,810.8	2,757.6	3,524.4
33.8	31.0	29.0	25.1	25.0	31.3
14.7	14.9	14.3	14.8	14.2	17.3
34.5	31.3	31.7	31.2	28.5	37.4
					Territoires du Nord Ouest

Table 11

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Historical Estimates)**

	Change from previous month Variation par rapport au mois précédent					
	January 1999 Janvier	February 1999 Février	March 1999 Mars	April 1999 Avril	May 1999 Mai	June 1999 Juin
	Per cent – Pourcentage					
<b>Trade Group - Canada</b>						
Supermarkets and grocery stores	-5.3	-11.7	8.1	5.3	3.1	-1.8
All other food stores	-27.7	-1.5	10.1	2.3	7.4	-0.6
Drugs and patent medicine stores	-20.8	-4.6	7.3	-1.0	-0.1	0.9
Shoe stores	-38.5	-25.9	34.6	31.2	15.8	-14.8
Men's clothing stores	-62.3	-19.3	19.9	20.0	9.6	-0.3
Women's clothing stores	-52.8	-8.1	21.8	17.5	11.6	-7.8
Other clothing stores	-56.3	-7.2	27.3	8.3	7.3	-6.1
Household furniture and appliance stores	-43.6	-7.2	15.6	-1.8	6.7	9.0
Household furnishings stores	-40.4	2.1	20.2	0.3	6.6	5.7
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	-11.0	8.2	33.7	6.4	-0.1	6.4
Gasoline service stations	-6.3	-7.3	14.3	7.7	7.4	1.2
Automotive parts, accessories and services	-23.1	-13.6	21.4	12.8	10.4	1.7
General merchandise stores	-54.0	-4.1	21.1	7.6	8.1	-2.6
Other semi-durable goods stores	-52.7	-5.5	15.8	13.5	27.8	-5.5
Other durable goods stores	-55.7	-11.0	11.4	14.1	9.0	-3.4
Other retail stores	-40.9	-2.8	10.9	11.1	13.7	-1.0
<b>Total, all stores</b>	<b>-28.7</b>	<b>-4.4</b>	<b>19.1</b>	<b>6.9</b>	<b>5.1</b>	<b>1.0</b>
<b>Regions</b>						
Newfoundland	-32.9	-2.4	25.5	3.8	10.3	0.8
Prince Edward Island	-30.7	-9.2	21.3	7.1	16.5	9.5
Nova Scotia	-30.0	-4.8	15.7	7.4	7.6	3.4
New Brunswick	-29.7	-1.8	19.3	9.4	9.7	0.0
Quebec	-24.6	-4.3	21.6	11.0	4.4	-2.9
Ontario	-31.2	-3.5	18.3	6.3	6.4	2.9
Manitoba	-29.1	-5.4	18.9	4.7	1.6	1.4
Saskatchewan	-27.9	-8.5	16.8	8.3	3.3	2.9
Alberta	-29.8	-5.7	20.3	3.2	4.5	1.6
British Columbia	-26.5	-5.7	16.6	4.4	2.4	1.2
Yukon	-27.7	1.0	19.4	5.7	15.4	8.3
Nunavut		-3.2	19.2	8.4	-3.2	-5.3
Northwest Territories		-2.7	22.2	-11.5	10.8	10.7

Tableau 11

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations historiques)

Change from previous month Variation par rapport au mois précédent						
July 1999 Juillet	August 1999 Août	September 1999 Septembre	October 1999 Octobre	November 1999 Novembre	December 1999 Décembre	
Per cent – Pourcentage						
<b>Groupe de commerce - Canada</b>						
9.5	-10.0	0.9	1.8	-6.9	17.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries
1.7	-7.1	-0.4	2.5	-4.9	35.8	Tous les autres magasins d'alimentation
1.2	-0.8	0.1	2.3	0.1	26.8	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-7.3	4.2	2.7	12.8	-10.8	27.1	Magasins de chaussures
-8.2	-4.8	8.3	15.0	14.4	67.2	Magasins de vêtements pour hommes
-0.2	-3.4	4.1	6.8	2.8	49.0	Magasins de vêtements pour femmes
4.5	15.0	-3.2	5.0	0.6	56.8	Autres magasins de vêtements
4.4	-0.2	1.8	5.3	3.5	39.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
3.5	-1.7	-1.0	6.1	11.9	8.1	Magasins d'accessoires d'ameublement
-9.9	-3.7	3.1	-11.9	1.5	-2.5	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
9.2	2.5	-4.7	1.6	-4.1	7.4	Stations-service
-3.9	-7.1	1.2	1.1	13.4	2.3	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
1.0	2.6	0.7	7.4	10.4	40.0	Magasins de marchandises diverses
-0.6	-0.3	-4.6	-4.3	10.6	39.5	Autres magasins de produits semi-durables
6.5	2.0	-6.5	-6.9	4.3	102.4	Autres magasins de produits durables
13.6	-12.1	-3.3	1.3	-5.5	54.9	Autres magasins de vente au détail
<b>0.5</b>	<b>-3.6</b>	<b>0.4</b>	<b>-1.3</b>	<b>1.1</b>	<b>22.3</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Régions</b>						
0.7	-5.0	-2.4	-0.5	6.7	15.7	Terre-Neuve
9.9	-6.6	-8.5	-4.4	0.5	24.1	Île-du-Prince-Édouard
-0.6	-3.8	-2.9	0.6	3.5	21.0	Nouvelle-Écosse
1.8	-3.0	-4.2	0.2	1.6	19.9	Nouveau-Brunswick
0.4	-5.3	0.7	-1.5	-0.8	16.7	Québec
-1.0	-3.1	1.1	-1.8	3.1	23.0	Ontario
-0.1	-1.1	1.6	-2.6	0.7	26.7	Manitoba
0.5	-2.3	-1.6	1.7	0.7	22.9	Saskatchewan
1.3	-2.1	1.8	-0.5	0.6	25.0	Alberta
4.2	-4.2	-0.7	-1.5	-1.9	27.8	Colombie-Britannique
4.0	-8.3	-6.5	-13.4	-0.4	25.2	Yukon
3.5	1.4	-4.0	3.5	-4.1	21.8	Nunavut
1.2	-9.3	1.3	-1.6	-8.7	31.2	Territoires du Nord Ouest

Table 11

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Historical Estimates)**

	Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					
	January 1999 Janvier	February 1999 Février	March 1999 Mars	April 1999 Avril	May 1999 Mai	June 1999 Juin
	Per cent – Pourcentage					
<b>Trade Group - Canada</b>						
Supermarkets and grocery stores	-0.4	1.8	3.8	3.2	-1.6	2.7
All other food stores	-0.6	-0.3	6.4	-1.7	0.0	2.7
Drugs and patent medicine stores	3.3	4.0	5.3	1.9	-0.9	2.2
Shoe stores	0.2	-6.1	2.6	-0.3	-5.0	-3.9
Men's clothing stores	-9.9	-4.0	-1.9	-2.8	-5.1	-5.7
Women's clothing stores	4.2	1.6	0.5	0.0	-1.5	4.2
Other clothing stores	5.1	7.1	8.6	11.1	8.3	6.8
Household furniture and appliance stores	7.5	8.4	8.9	7.2	7.8	11.3
Household furnishings stores	2.1	3.9	5.7	4.7	6.9	2.5
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	3.9	7.9	13.0	3.6	-1.4	5.9
Gasoline service stations	-4.7	-4.3	0.7	6.5	6.9	7.9
Automotive parts, accessories and services	5.2	2.6	7.1	-0.3	2.2	6.5
General merchandise stores	8.2	5.7	8.0	3.8	7.0	10.4
Other semi-durable goods stores	3.0	0.3	9.4	1.4	3.3	7.1
Other durable goods stores	17.0	5.8	11.8	5.1	2.7	2.3
Other retail stores	5.9	7.5	6.1	6.7	7.8	9.6
<b>Total, all stores</b>	<b>2.9</b>	<b>4.1</b>	<b>7.6</b>	<b>3.6</b>	<b>1.4</b>	<b>5.8</b>
<b>Regions</b>						
Newfoundland	1.7	5.0	13.8	7.3	6.1	7.8
Prince Edward Island	3.2	0.6	7.7	3.7	4.7	9.8
Nova Scotia	3.3	4.3	8.1	2.7	4.4	8.3
New Brunswick	3.7	9.4	9.2	5.1	7.5	7.8
Quebec	12.3	2.1	7.2	5.3	3.6	7.7
Ontario	2.9	7.0	9.8	4.5	1.9	7.5
Manitoba	-0.7	6.1	6.4	2.0	-1.8	0.5
Saskatchewan	-6.9	-0.2	2.2	0.3	-1.1	2.2
Alberta	-2.9	3.3	8.7	1.0	-1.6	2.6
British Columbia	-2.8	-0.1	2.2	1.0	-2.4	0.7
Yukon	-4.7	10.8	6.5	7.4	9.5	7.6
Nunavut						
Northwest Territories						



Tableau 11

**Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations historiques)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					
July 1999 Juillet	August 1999 Août	September 1999 Septembre	October 1999 Octobre	November 1999 Novembre	December 1999 Décembre
Per cent – Pourcentage					
<b>Groupe de commerce - Canada</b>					
3.9	-0.1	3.6	-0.9	3.0	7.1
0.0	-0.2	3.4	-0.2	2.6	6.7
1.0	2.5	3.7	1.6	5.7	5.5
-0.2	-8.3	-6.0	1.7	-6.9	0.7
1.6	-2.3	-3.0	-2.4	-1.5	-0.5
3.8	3.1	-3.5	4.7	4.1	4.9
10.8	3.7	3.5	4.4	1.8	8.6
10.1	9.5	8.7	11.8	10.8	11.3
8.9	6.1	4.2	6.6	10.0	6.8
6.6	14.8	10.5	4.7	11.9	13.5
10.6	17.2	20.6	19.0	21.9	29.8
0.0	6.1	5.3	-0.7	8.4	8.3
10.0	10.0	11.6	7.0	3.4	4.9
6.2	7.8	3.0	0.5	1.7	-0.9
1.3	2.4	4.6	2.3	-0.5	5.4
10.2	3.8	8.7	5.6	7.6	14.1
<b>6.0</b>	<b>7.6</b>	<b>7.7</b>	<b>4.2</b>	<b>7.2</b>	<b>9.2</b>
<b>Total, ensemble des magasins</b>					
<b>Régions</b>					
7.3	8.6	8.8	2.3	8.2	8.9
11.4	11.5	16.1	11.0	15.1	16.7
4.9	5.8	8.5	3.4	7.3	8.0
9.3	12.9	10.8	8.6	12.3	14.1
6.1	7.4	7.9	2.6	6.5	7.8
8.3	10.3	8.9	6.4	8.6	10.4
2.4	5.0	5.2	-1.0	3.3	7.2
2.3	3.4	1.5	-1.2	5.3	7.9
4.6	5.8	7.7	5.2	7.7	10.3
1.9	2.6	4.9	2.2	4.0	7.0
4.3	1.3	9.0	-1.6	6.8	11.0
Nunavut					
Territoires du Nord Ouest					

1. Name of the person or organization: [Illegible text]

2. Address: [Illegible text]

3. Description of the property or item: [Illegible text]

4. Date of acquisition: [Illegible text]

5. Other information: [Illegible text]

## APPENDIX I

### Definitions

**Retail Trade**, for the purpose of this publication, is defined as "the aggregate sales made through retail locations (outlets)".

A **retail location**, as defined by Statistics Canada, is a "business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public, for household or personal consumption". Retail trade estimates do **not** include any form of direct selling which bypasses the retail store, e.g., direct door-to-door selling; sales made through automatic vending machines; sales of newspapers or magazines sold directly by printers or publishers; and sales made by book and record clubs. The only exception is the mail-order and catalogue sales activities of department store businesses which have been classified to the "general merchandise store" category. In addition, retail trade excludes retail sales through ancillary units, (e.g., warehouses, head offices, etc.), sales of contractors whose major activity is not retailing; and retail transactions between individuals.

**Total net sales** include sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, food serving and other service activities, **less** returns, adjustments and discounts. Total net sales also include trade-in allowances, commissions earned from sales of goods owned by others (including commissions received for lottery ticket sales) and proprietor's withdrawals of goods for personal use (at retail). Non-operating revenues, bad debts recovered and sales taxes (provincial sales taxes, the Goods and Services Tax (GST) and the Harmonized Sales Tax (HST)) collected for remittance to a government agency are excluded. Prior to January 1991, sales data included the Federal Sales Tax (FST). Due to this change in indirect taxes, data prior to 1991 are not strictly comparable with those of subsequent years. For users interested in deriving comparable data, an estimate of the amount of FST included in retail sales for 1990 is available for Canada from the Retail Trade Section. The reliability of this estimate does not permit adjustments at the provincial level.

**Department store type merchandise (DSTM)** is defined as total retail trade minus the following trade groups: super-markets and grocery stores; all other food stores; recreational and motor vehicle dealers; gasoline service stations; automotive parts, accessories and services; and all other retail stores (includes liquor, wine and beer stores and retail stores, n.e.c.).

## ANNEXE I

### Définitions

**Commerce de détail** signifie, pour les besoins de la présente publication, « l'ensemble des ventes effectuées par des points de vente au détail ».

Un **point de vente au détail**, suivant la définition de Statistique Canada, est un « local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et de services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle ». Les estimations relatives au commerce de détail **ne prennent pas** en compte les ventes directes, c'est-à-dire les ventes qui ne sont pas effectuées par l'intermédiaire d'un point de vente au détail, par exemple les ventes directes par démarchage, les ventes par distributeur automatique, les ventes de journaux ou de revues effectuées directement par les imprimeurs et les éditeurs, et les ventes effectuées par les clubs de livres et les clubs de disques. Il n'y a qu'une exception: les ventes des grands magasins effectuées par la poste ou par catalogue, qui sont classées dans la catégorie des « magasins de marchandises diverses ». En outre, le commerce de détail ne comprend pas les ventes au détail des unités auxiliaires (par exemple, entrepôts, sièges sociaux, etc.), ni les ventes des entrepreneurs dont l'activité principale ne relève pas du commerce de détail, ni les opérations de vente au détail entre particuliers.

**Les ventes nettes totales** comprennent les ventes de marchandises neuves et d'occasion et les recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres activités de services, **moins** la valeur des rendus (marchandises retournées), les ajustements et les rabais. Les ventes totales nettes comprennent également la valeur des reprises, les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui (y compris les commissions touchées pour la vente de billets de loterie) et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel. On ne prend pas en compte les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente (les taxes de vente provinciale, la taxe sur les produits et les services (TPS) et la taxe de vente harmonisée (TVH)) perçues pour le compte d'un organisme public. Les données sur les ventes antérieures à janvier 1991 incluent la taxe de vente fédérale (TVF). Dû à ce changement dans les taxes indirectes, les données avant 1991 ne sont pas tout à fait comparables avec celles des années subséquentes. Pour les utilisateurs intéressés à calculer des données comparables, une estimation du montant de la TVF inclus dans les ventes au détail pour 1990 est disponible pour le Canada auprès de la Section du commerce de détail. Cette estimation n'est pas suffisamment fiable pour permettre des ajustements au niveau provincial.

**Les marchandises du genre de celles vendues dans les grands magasins (MGGM)** correspondent au total du commerce de détail moins les groupes de commerce suivants: les supermarchés d'alimentation et les épiceries; tous les autres magasins d'alimentation; les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs; les stations-service; les magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services; et les autres magasins de vente au détail (comprend les magasins de spiritueux, de vin et de bière et les magasins de vente au détail, n.e.c.a.).

## APPENDIX II

### METHODOLOGY

#### Components of the Universe

The new business register or **Central Frame Data Base (CFDB)** contains the survey universe for the Monthly Retail Trade Survey. The CFDB was developed as a common central frame for all business surveys, in order to provide standardized concepts, and generalized methodology and systems. The overall quality of business and economic data is improved because of greater consistency, more accurate administrative data and greater co-ordination of systems and procedures. Ultimately, all of Statistics Canada's business surveys will be redeveloped to operate within this new environment.

The target population for the Retail Trade Survey consists of all statistical companies on the CFDB that have a location identified in the retail trade sector. These units comprise the sampling frame for the Retail Trade Survey.

The CFDB sampling frame is allocated into two components: the integrated portion (IP) and the non-integrated portion (NIP). The integrated portion encompasses all large and complex businesses and represents the largest component of the frame in terms of sales. The IP businesses may be represented by several levels in their statistical entities which enables collection of the full range of economic data for large organizations. Information on these businesses is received from administrative tax files and the employer payroll deduction file from Revenue Canada.

The non-integrated portion represents smaller single entity businesses whose sales values lie below a calculated IP boundary. The Monthly Retail Trade Survey obtains its statistical entities from the employer payroll deduction file at Revenue Canada. This allows for the most up-to-date information to be passed onto the NIP units on the frame.

#### The New Sample

In December 1997, the sample design of the Monthly Retail Trade Survey was reviewed and changes were made to improve the efficiency of the sample. The first step was to exclude from the frame some companies that were no longer in operation in retail trade. The stratification of the companies was revised in a manner that reflected the most up-to-date information available from Statistic Canada's Central Frame Data Base. Each stratum is first defined by the 1980 Standard Industrial Classification and geographic region. Each combination of industry and geography is divided into three substrata according to their size. The first substratum includes both large and complex companies and is self-representing as companies are included in the sample with certainty (a census) while the other two strata are only partially sampled. Some thresholds that separate the

## ANNEXE II

### MÉTHODOLOGIE

#### Composantes de l'univers

Le nouveau registre des entreprises ou **Base de données du registre central (BDRC)** représente l'univers de l'Enquête mensuelle sur le commerce de détail. La BDRC a été conçue afin de servir de base de sondage centrale pour toutes les enquêtes auprès des entreprises, dans le but de normaliser les concepts et de généraliser la méthodologie et les systèmes. La qualité globale des données commerciales et économiques est ainsi améliorée: on obtient une plus grande cohérence, des données administratives plus exactes et une meilleure coordination des systèmes et des procédures. Un jour, toutes les enquêtes auprès des entreprises menées à Statistique Canada seront remaniées et s'intégreront à ce nouveau cadre.

La population cible de l'Enquête sur le commerce de détail est composée de toutes les compagnies statistiques de la BDRC ayant un emplacement qui appartient au secteur du commerce de détail. Ces unités constituent la base de sondage de l'Enquête sur le commerce de détail.

La base de sondage de la BDRC est divisée en deux composantes: la partie intégrée (PI) et la partie non intégrée (PNI). La première englobe toutes les entreprises importantes ou ayant une structure complexe et constitue la composante la plus importante de la base en ce qui a trait aux ventes. L'entité statistique qui représente une entreprise de la PI peut comporter plusieurs niveaux, ce qui permet la collecte de la gamme complète des données économiques dans le cas des grandes sociétés. Les renseignements sur ces entreprises sont tirés des fichiers administratifs des déclarations d'impôt sur le revenu et des fichiers des comptes de retenues sur la paye de Revenu Canada.

La partie non intégrée est constituée des entreprises de plus petite taille et à entité simple, dont la valeur des ventes est située sous la limite calculée pour la PI. L'Enquête mensuelle sur le commerce de détail tire ses entités statistiques du fichier des comptes de retenues sur la paye de Revenu Canada, ce qui permet aux renseignements les plus récents d'être intégrés aux unités de la PNI dans la base de sondage.

#### Nouvel échantillon

En décembre 1997, le plan de sondage de l'Enquête mensuelle sur le commerce de détail a été revu et mis à jour de façon à améliorer l'efficacité de l'échantillon. Dans un premier temps, certaines compagnies inactives dans le commerce de détail ont été exclues de la base de sondage. La stratification des compagnies a été reprise de façon à refléter les dernières informations de la Base de données du registre central de Statistique Canada. Chaque strate est d'abord définie en fonction de la Classification type des industries de 1980 et de la région géographique. Chaque croisement industriel et géographique est subdivisé selon la taille en trois sous-strates. La première sous-strate, qui englobe les grandes entreprises et les entreprises complexes, est auto-représentative puisqu'il y a tirage complet (recensement) des entreprises, tandis que les deux autres sous-strates sont à tirage partiel (échantillon). Certains seuils délimitant les sous-strates ont



substrata were modified to reflect economic growth since the last survey redesign in 1988. We ensured that the sampling rates would be sufficient to attain the desired precision for the estimates. A new sample was selected in order to maximize overlap with the old sample. Effective April 1998, estimates for the Monthly Retail Trade Survey were produced using this new sample. These improvements to the sample design will provide retail sales estimates of higher quality.

### Data Collection

Data collection, data capture, preliminary edit and follow-up of non-respondents are all performed in the Statistics Canada regional offices. Sampled companies are contacted either by mail or telephone, whichever they prefer. Data capture and preliminary editing are performed simultaneously to ensure the validity of the data. Companies from which no response has been received or whose data may contain errors, are followed up immediately. Data and sample frame updates are transmitted to Ottawa and loaded onto the survey database several times during each cycle.

These revised procedures have resulted in much improved response rates (approximately 90% response is achieved for preliminary estimates).

### Statistical Edit and Imputation

Data is analyzed within each trade group and geographic region. Extreme values are listed for manual inspections in an order of priority determined by the magnitude of the deviation from average behaviour. Records which fail the statistical edit are considered as outliers and are not used in calculating imputation variables (such as monthly trends) used by the imputation system.

For records which do not respond on time or whose reported sales fail preliminary edits, an estimate is imputed. A variety of imputation methods are available and the selection of the method is done automatically by the system depending on the availability of the required data. Methods within the system include using a monthly or yearly trend, the cell mean, annual data divided by twelve, or historical values. If there is insufficient data for an imputation cell (trade group by geographic region), the cell is automatically enlarged by combining it with similar cells.

There is an identifiable lag between the time a company opens and its appearance on our survey frame. To compensate for the effect this time lag has on monthly estimates, sales for sample births are imputed back to the actual date of birth or the beginning of the current year (if the actual date of birth is prior to the current year). Backward imputation for births is accomplished using inverse monthly trends and produces an improved level estimate for revised data. The backward imputation process applies only to units in the non-integrated portion (NIP) of the sampling frame.

été modifiés de façon à refléter la croissance économique depuis le dernier remaniement de l'enquête en 1988. On s'est assuré que les taux de sondage en place permettraient d'atteindre la précision souhaitée des estimations. Un nouvel échantillon a été tiré afin de maximiser le chevauchement avec l'ancien échantillon. À compter d'avril 1998, les estimations de l'Enquête mensuelle sur le commerce de détail ont été produites à partir de ce nouvel échantillon. Le plan de sondage ainsi amélioré permettra de produire des estimations de ventes au détail de meilleure qualité.

### Collecte des données

La collecte des données, la saisie des données, la vérification préliminaire et le suivi des non-répondants sont accomplis par les bureaux régionaux de Statistique Canada. On communique avec les compagnies échantillonnées par la poste ou par téléphone, selon ce qu'elles préfèrent. La saisie des données et la vérification préliminaire sont effectuées en même temps afin de garantir la validité des données. On fait immédiatement le suivi pour les compagnies qui n'ont pas répondu ou pour celles dont les données contiennent des erreurs. Les mises à jour des données et de la base de sondage sont transmises à Ottawa et sont entrées dans la base de données de l'enquête à plusieurs reprises au cours de chaque cycle.

Ces procédures révisées ont eu pour conséquence de meilleurs taux de réponse (on obtient environ 90 % de réponses pour les estimations préliminaires).

### Vérification statistique et imputation

Les données sont analysées à l'intérieur de chaque groupe de commerce et région géographique. Les valeurs extrêmes sont inscrites sur une liste, pour qu'on puisse en faire un contrôle manuel, suivant un ordre de priorité qui est fonction de l'ampleur de l'écart par rapport à la moyenne. Les enregistrements qui sont rejetés à la vérification statistique sont considérés comme des valeurs aberrantes et ne servent pas au calcul des variables d'imputation (comme les tendances mensuelles) utilisées par le système d'imputation.

On impute une estimation aux enregistrements des compagnies n'ayant pas répondu à temps ou dont les ventes déclarées ont été rejetées à la vérification préliminaire. Diverses méthodes d'imputation sont utilisées, le choix de la méthode étant fait automatiquement par le système en fonction de la disponibilité des données requises. Le système peut notamment utiliser les tendances mensuelles ou annuelles, la moyenne de la cellule, les données annuelles divisées par douze ou les valeurs historiques. S'il manque des données pour la cellule d'imputation (groupe de commerce par région géographique), celle-ci est automatiquement combinée avec des cellules semblables.

Il y a un décalage perceptible entre le moment où la compagnie ouvre ses portes et celui où elle figure dans la base de l'enquête. Afin de compenser l'effet de ce retard sur les estimations mensuelles, on impute à rebours les ventes des nouvelles unités de l'échantillon jusqu'à la date de création de la nouvelle unité ou jusqu'au début de l'année courante (si la date de création de la nouvelle unité remonte au-delà de l'année courante). L'imputation à rebours des nouvelles unités repose sur les tendances mensuelles inverses et produit une estimation de meilleur niveau pour les données révisées. Le procédé de l'imputation à rebours ne s'applique qu'aux unités de la partie non intégrée (PNI) de la base de sondage.

## Estimation

Total retail sales are estimated by increasing the in-sample sales results by an estimation weight. An initial weight equal to the inverse of the original probability of selection is assigned to each entity. The weights are subsequently adjusted for achieved sample size, in order to inflate the estimate to represent the entire current population. The calculated weighted sales values are summed by their domain, to produce the total sales estimates by stratum. A domain is defined as the most recent classification values available from the CFDB for the statistical entity and the survey reference period. These domains may differ from the original sampling strata because records may have changed in size, industry, or location. Changes in classification are reflected immediately in the estimates and do not accumulate over time.

Period-to-period comparisons can reflect factors other than a general sales trend, such as adjustments to the sample and reclassification of sampled companies to different trade groups. They should therefore be used with caution.

## Non-Employer Estimates

Non-employer companies are not represented in the non-integrated portion of the CFDB. Although contributing only approximately 2% of total retail trade, the significance of these companies varies widely by trade group and region. Survey estimates are supplemented by estimates for non-employer companies which were derived from an analysis of income tax data from 1984 to 1987. There are approximately 30,000 unincorporated owner operated retail companies in Canada.

## Constant Dollar Estimates

The value of retail trade is measured in two ways: including the effects of price change on sales and net of the effects of price change. The first measure is referred to as retail trade in current dollars and the latter as retail trade in constant dollars. In theory, the method of calculation for the first of these two measures is by aggregating the value of each commodity sold by each retail outlet. The method of calculating the second measure is to aggregate these same values making sure, however, that their price stayed in the same selected base period (e.g. year 1992).

In order to produce retail sales estimates in constant dollars, sales by trade group are broken down into commodities using the results of the 1989 Retail Commodity Survey. These values are divided by the most appropriate price index taken mostly exclusively from the Consumer Price Index (CPI). These indexes have sales taxes removed from them, since by definition, retail trade excludes these taxes. Total retail trade in constant dollars is obtained by adding up these commodity values. The result, which is an approximate of total sales in constant dollars, is divided into the current dollar estimates to yield an implicit price deflator.

## Estimation

On estime le total des ventes au détail en gonflant les ventes des unités échantillonnées à l'aide d'un poids d'estimation. Un poids égal à l'inverse de la probabilité de sélection est attribué au départ à chaque entité. Les poids sont ensuite ajustés en fonction de la taille de l'échantillon obtenu, ce qui permet de gonfler l'estimation pour qu'elle représente l'ensemble de la population courante. Les chiffres des ventes pondérés ainsi calculés sont additionnés par domaine ce qui donne une estimation des ventes totales par strate. Par domaine, on entend les valeurs de classification les plus récentes disponibles dans la BDRC pour l'entité statistique et la période de référence de l'enquête. Les domaines peuvent être différents de la strate d'échantillonnage initiale lorsque la taille, la branche d'activité ou l'emplacement des unités représentées par les enregistrements ont subi des modifications. Les changements de classification se répercutent immédiatement sur les estimations et ne s'accumulent pas avec le temps.

Les comparaisons d'une période à l'autre peuvent traduire des facteurs autres qu'une tendance générale des ventes, par exemple la modification de l'échantillon et la reclassification des compagnies échantillonnées à d'autres groupes de commerce. Il faut donc les utiliser avec prudence.

## Estimations pour les compagnies n'ayant pas de salariés

Les compagnies n'ayant pas de salariés ne sont pas représentées dans la partie non intégrée de la BDRC. Elles ne constituent que 2 % environ de l'ensemble du commerce de détail mais leur importance varie considérablement selon le groupe de commerce et la région. Les estimations de l'enquête sont complétées par des estimations pour les compagnies n'ayant pas de salariés, qui ont été calculées à partir des données fiscales de 1984 à 1987. Il y a environ 30 000 compagnies de détail non constituées en société exploitées par leur propriétaire au Canada.

## Estimations en dollars constants

La valeur du commerce de détail se calcule de deux manières: soit en incluant, soit en excluant les effets de changement de prix sur les ventes. La première mesure s'appelle commerce de détail en dollars courants et la seconde commerce de détail en dollars constants. En théorie, la méthode de calcul pour la première de ces deux mesures est la sommation de la valeur de chaque bien vendu par chaque point de vente au détail. La méthode de calcul pour la seconde mesure est la sommation de ces mêmes biens, mais tout en s'assurant que les prix utilisés se situent tous sur une même base de référence (par exemple: année 1992).

Afin de produire des estimations de ventes au détail en dollars constants, les ventes par groupe de commerce sont désagrégées par produits en utilisant les résultats de l'Enquête des marchandises vendues au détail de 1989. Ces valeurs sont divisées par l'indice des prix le plus approprié, provenant presque exclusivement de l'Indice des prix à la consommation (IPC). Ces indices excluent les taxes de vente car, par définition, le commerce de détail n'en tient pas compte. La valeur totale du commerce de détail en dollars constants est ainsi obtenue par l'addition des valeurs de tous les biens en dollars constants. L'indice implicite de dégonflement est calculé en divisant l'estimation en dollars courants par l'approximation des ventes totales en dollars constants.



## APPENDIX III

### Data Reliability

The statistics in this publication are estimates derived from a sample survey and, as such, can be subject to errors. The following material is provided to assist the reader in the interpretation of the estimates published.

### Sampling and Non-sampling Errors

Estimates derived from a sample survey are subject to a number of different kinds of errors. These errors can be broken down into two major types: sampling and non-sampling.

#### Sampling Errors

Sampling errors are present because observations are made only on a sample and not on the entire population. The sampling error depends on factors such as the size of the sample, variability in the population, sampling design and method of estimation. For example, for a given sample size, the sampling error will depend on the stratification procedure employed, allocation of the sample, choice of the sampling units and method of selection. Further, even for the same sampling design, we can make different calculations to arrive at the most efficient estimation procedure.

In sample surveys, since inference is made about the entire population covered by the survey on the basis of data obtained from only a part of the population, the results are likely to be different than if a complete census was taken under the same general survey conditions. The most important feature of probability sampling is that the sampling error can be measured from the sample itself.

#### Non-sampling Errors

These errors are present whether a sample or a complete census of the population is taken. Non-sampling errors can be attributed to one or more of the following sources:

**Coverage error.** This error can result from incomplete listing and inadequate coverage of the population of interest.

**Data response error.** This error may be due to questionnaire design and the characteristics of the question, inability or unwillingness of the respondent to provide correct information, misinterpretation of the questions because of definitional difficulties and different tendencies of different interviewers in explaining questions or interpreting responses.

**Non-response error.** Some respondents may refuse to answer questions, some may be unable to respond, while others may be too late in responding. Data for the non-

## ANNEXE III

### Fiabilité des données

Cette publication présente des estimations fondées sur une enquête par échantillonnage qui risquent, par conséquent, d'être entachées d'erreurs. La section qui suit vise à faciliter, pour le lecteur, l'interprétation des estimations qui sont publiées.

### Erreurs d'échantillonnage et erreurs non dues à l'échantillonnage

Les estimations établies sur la base d'une enquête par échantillonnage sont sujettes à différents types d'erreurs. On les regroupe en deux grandes catégories: les erreurs qui sont dues à l'échantillonnage et celles qui ne le sont pas.

#### Erreurs d'échantillonnage

Ce genre d'erreur existe parce que les observations portent uniquement sur un échantillon, et non sur l'ensemble de la population. L'erreur dépend de facteurs tels que la taille de l'échantillon, la variabilité de la population, le plan de sondage et la méthode d'estimation. Pour une taille donnée d'échantillon, par exemple, l'erreur d'échantillonnage sera fonction de la méthode de stratification adoptée, de la répartition de l'échantillon, du choix des unités d'échantillonnage et de la méthode de sélection. On peut même, dans le cadre d'un seul plan de sondage, effectuer plusieurs calculs pour arriver à la méthode d'estimation la plus efficace.

Comme, dans une enquête par échantillonnage, on tire des conclusions sur l'ensemble d'une population à partir des données concernant une partie seulement, les résultats seront probablement différents de ceux qu'on aurait obtenus en recensant toute la population dans les mêmes conditions. La principale caractéristique de l'échantillonnage probabiliste, c'est que l'erreur d'échantillonnage peut être directement mesurée à partir de l'échantillon.

#### Erreurs non dues à l'échantillonnage

Ces erreurs se retrouvent tant dans les recensements que dans les enquêtes par échantillonnage. Elles sont dues à un ou plusieurs facteurs parmi les suivants:

**Le champ couvert par l'enquête.** L'erreur peut résulter d'un listage incomplet et d'une couverture insuffisante de la population visée.

**La réponse.** Ici, l'erreur peut être attribuable à la conception du questionnaire et aux caractéristiques de la question, à l'incapacité ou au refus du répondant de fournir des renseignements exacts, à l'interprétation fautive des questions due à des problèmes d'ordre sémantique, ou aux variations d'un interviewer à l'autre, dans l'explication des questions ou dans l'interprétation des réponses.

**La non-réponse.** Certains répondants refusent de répondre, tandis que d'autres en sont incapables ou encore répondent trop tard. Les données relatives aux non-répondants peuvent être imputées à

responding units can be imputed using the data from responding units or some earlier data on the non-responding units if available. The extent of error due to imputation is usually unknown and is very much dependent on any characteristic differences between the respondent group and the non-respondent group in the survey. This error generally decreases with increases in the response rate and attempts are therefore made to obtain as high a response rate as possible.

**Processing error.** These are the errors that may occur at various stages of processing such as coding, data entry, verification, editing, weighting, tabulation, etc.

Non-sampling errors are difficult to measure. More important, non-sampling errors require control at the level at which their presence does not impair the use and interpretation of final results. With regard to the estimates of this publication, all attempts have been made to minimize the non-sampling errors: units have been defined in a most precise manner and the most up-to-date listings have been used; the questionnaires used in the survey have been carefully designed to minimize different interpretations (interviewers have been instructed to ask the questions as printed on the questionnaires); detailed acceptance testing has been carried out for the different stages of editing and processing; and every possible effort has been made to reduce the non-response rate as well as the response burden.

Measures of Sampling and Non-sampling Errors

### Sampling Error Measures

The sample used in this survey is one of a large number of all possible samples of the same size that could have been selected using the same sample design under the same general conditions. If it was possible that each one of these samples could be surveyed under essentially the same conditions, with an estimate calculated from each sample, it would be expected that the sample estimates would differ from each other. The average estimate derived from all these possible sample estimates is termed the **expected value**. The expected value can also be expressed as the value which would be obtained if a census enumeration was taken under identical conditions of collection and processing. An estimate calculated from a sample survey is said to be **precise** if it is near the expected value.

Sample estimates may differ from this expected value of the estimates. However, since the estimate is based on a probability sample, the variability of the sample estimate with respect to its expected value can be measured. The **variance** of estimate is a measure of the precision of the sample estimate and is defined as the average, over all possible samples, of the squared difference of the estimate from its expected value.

Once the sample estimate and the variance of the sample estimate are derived, other measures of precision can be calculated. For example, the **standard error**, defined as the square root of the variance, is a measure of the sampling error in the same units as the estimate (e.g., dollars). The standard error is a measure of precision in absolute terms.

partir des chiffres fournis par les répondants ou à l'aide des statistiques antérieures sur les non-répondants, lorsque celles-ci existent. On ne connaît généralement pas avec précision l'importance de l'erreur d'imputation; celle-ci varie beaucoup selon les caractéristiques qui distinguent les répondants des non-répondants. Comme ce type d'erreur prend habituellement de l'ampleur à mesure que diminue le taux de réponse, on s'efforce d'obtenir le meilleur taux de réponse possible.

**Le traitement.** L'erreur peut se produire lors des diverses étapes du traitement, telles que le codage, l'entrée, la vérification, la pondération, la totalisation, etc.

Il est difficile de mesurer les erreurs non dues à l'échantillonnage. De plus, il faut les cerner à un niveau où elles ne nuisent pas à l'utilisation ou à l'interprétation des résultats définitifs. Quant aux estimations de la présente publication, tout a été mis en oeuvre afin de minimiser les erreurs non dues à l'échantillonnage. Ainsi, les unités ont été définies avec beaucoup de précision, au moyen des listes les plus à jour; les questionnaires ont été conçus avec soin afin de réduire au minimum les différentes interprétations possibles (on a demandé aux interviewers de poser les questions telles qu'elles figurent aux questionnaires); les diverses étapes de vérification et de traitement ont fait l'objet de contrôles d'acceptation détaillés; et rien n'a été négligé afin de réduire le taux de non-réponse de même que le fardeau de réponse.

Mesure des erreurs d'échantillonnage et des erreurs non dues à l'échantillonnage

### Mesure des erreurs d'échantillonnage

L'échantillon utilisé aux fins de la présente enquête est un des nombreux échantillons de même taille qui auraient pu être choisis selon le même plan d'échantillonnage et dans les mêmes conditions. Si chaque échantillon pouvait faire l'objet d'une enquête menée essentiellement dans les mêmes conditions, il faudrait s'attendre à ce que l'estimation calculée varie d'un échantillon à l'autre. On nomme **valeur probable** l'estimation moyenne obtenue de tous les échantillons possibles. Autrement dit, la valeur probable est celle qu'on obtiendrait en recensant toute la population dans des conditions identiques de collecte et de traitement. Une estimation calculée à partir d'une enquête par échantillonnage est dite **précise** lorsqu'elle s'approche de la valeur probable.

Les estimations fondées sur un échantillon peuvent ne pas correspondre à la valeur probable. Cependant, comme les estimations proviennent d'un échantillon probabiliste, il est possible d'en mesurer la variabilité par rapport à leur valeur probable. La **variance** d'une estimation, qui en mesure la précision, se définit comme la moyenne, parmi tous les échantillons possibles, des carrés de la différence entre l'estimation et la valeur probable.

Une fois qu'on a calculé l'estimation et sa variance, il devient possible d'effectuer d'autres mesures de précision. Par exemple, l'**erreur-type**, qui est la racine carrée de la variance, mesure l'erreur d'échantillonnage dans la même unité que l'estimation (en dollars, notamment). Autrement dit, l'erreur-type mesure la précision en termes absolus. Par contre, le **coefficient de variation**,



The **coefficient of variation**, defined as the standard error divided by the sample estimate, is a measure of precision in relative terms. For comparison purposes one may more readily compare the sampling error of one estimate to the sampling error of another estimate through the use of the coefficient of variation.

In this publication, the coefficient of variation is used to measure the sampling error of the estimates. However, since the coefficient of variation published for this survey is calculated from the responses of individual units, it also measures some non-sampling error.

The formula used to calculate the published coefficients of variation in Table 4 is:

$$CV(X) = \frac{S(X)}{X}$$

where X denotes the estimate and S(X) denotes the standard error of X.

In this publication, the error of X is expressed as a percentage.

Confidence intervals can be constructed around the estimate using the estimate and the coefficient of variation. Thus, for our sample, it is possible to state with a given level of confidence that the expected value will fall within the confidence interval constructed around the estimate. For example, if an estimate of \$12,000,000 has a coefficient of variation of 10%, the standard error will be \$1,200,000 or the estimate multiplied by the coefficient of variation. It can then be stated with 68% confidence that the expected value will fall within the interval whose length equals the standard deviation about the estimate, i.e., between \$10,800,000 and \$13,200,000. Or, it can be stated with 95% confidence that the expected value will fall within the interval whose length equals two standard deviations about the estimate, i.e., between \$9,600,000 and \$14,400,000.

### Non-sampling Error Measures

The exact population value is aimed at or desired by both a sample survey as well as a census. We say the estimate is **accurate** if it is near this value. Although this value is desired, we cannot assume that the exact value of every unit in the population or sample can be obtained and processed without error. Any difference between the expected value and the exact population value is termed the **bias**. Systematic biases in the data cannot be measured by the probability measures of sampling error as previously described. The accuracy of a survey estimate is determined by the joint effect of sampling and non-sampling errors.

One source of non-sampling errors is the non-response error. To assist users in evaluating these errors, the response fractions are given in Table 4. The **response fraction**, which is a measure of the data response rate, is the proportion of the sales estimate which is based upon reported data. For example, a cell with a sample of 20 units in which five respond for a particular month would have a response rate of

défini comme étant l'erreur-type divisée par l'estimation, mesure la précision en termes relatifs. Ainsi, l'emploi du coefficient de variation facilite la comparaison de l'erreur d'échantillonnage de deux estimations.

Dans cette publication, on utilise le coefficient de variation pour évaluer l'erreur d'échantillonnage des estimations. Cependant, puisque le coefficient de variation publié pour cette enquête est calculé à partir des réponses des unités, il mesure aussi une certaine erreur non due à l'échantillonnage.

Voici la formule utilisée pour calculer les coefficients de variation du tableau 4:

$$CV(X) = \frac{S(X)}{X}$$

dans laquelle X est l'estimation et S(X) est l'écart-type de X.

L'erreur de X est exprimée en pourcentage dans cette publication.

L'estimation et le coefficient de variation nous permettent de construire des intervalles de confiance autour de l'estimation. Ainsi, pour notre échantillon, on peut affirmer avec une confiance donnée que la valeur probable est comprise dans l'intervalle de confiance construit autour de l'estimation. Par exemple, si le coefficient de variation d'une estimation de 12 000 000 \$ est égal à 10 %, l'écart-type sera de 1 200 000 \$, soit l'estimation multipliée par le coefficient de variation. Alors, on peut affirmer avec une confiance de 68 % que la valeur probable sera contenue dans l'intervalle d'une longueur égale à un écart-type autour de l'estimation, soit entre 10 800 000 \$ et 13 200 000 \$. Ou encore, on peut affirmer avec une confiance de 95 % que la valeur probable sera contenue dans l'intervalle d'une longueur de deux écart-types autour de l'estimation, soit entre 9 600 000 \$ et 14 400 000 \$.

### Mesure des erreurs non dues à l'échantillonnage

L'enquête par échantillonnage et le recensement cherchent tous deux à déterminer la valeur exacte de la population. L'estimation est dite **précise** si elle se rapproche de cette valeur. Bien qu'il s'agisse d'une valeur souhaitable, il n'est pas réaliste de supposer que la valeur exacte de chaque unité de la population ou de l'échantillon peut être obtenue et traitée sans erreur. La différence entre la valeur probable et la valeur exacte de la population s'appelle le **biais**. On ne peut calculer les biais systématiques des données en recourant aux mesures probabilistes de l'erreur d'échantillonnage décrites auparavant. La précision d'une estimation est déterminée par l'effet conjugué des erreurs d'échantillonnage et des erreurs non dues à l'échantillonnage.

Une source d'erreurs non dues à l'échantillonnage est l'erreur due à la non-réponse. Le tableau 4 présente les fractions de réponse afin d'aider l'utilisateur à évaluer ce genre d'erreur. La **fraction de réponse** est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion de l'estimation des ventes qui est fondée sur des données déclarées. Par exemple, le taux de réponse d'une cellule comportant un échantillon de 20 unités dont cinq répondent lors d'un

25%. If these five reporting units represented \$8 million out of a total estimate of \$10 million, the response fraction would be 80%.

### **Joint Interpretation of Measures of Error**

The measure of non-response error as well as the coefficient of variation must be considered jointly to have an overview of the quality of the estimates. The lower the coefficient of variation and the higher the response fraction, the better will be the published estimate.

mois donné atteindrait 25 %. Cependant, si les cinq unités déclarantes représentent 8 millions de dollars sur l'estimation globale de 10 millions de dollars, la fraction de réponse s'élèverait à 80 %.

### **Interprétation simultanée des mesures d'erreur**

Il faut tenir compte simultanément de la mesure d'erreurs non dues à l'échantillonnage ainsi que du coefficient de variation pour avoir un aperçu de la qualité des estimations. Plus le coefficient de variation sera bas et que la fraction de réponse sera élevée, meilleure sera l'estimation publiée.

## APPENDIX IV

### Seasonal Adjustment

Economic time series contain the elements essential to the description, explanation and forecasting of the behaviour of an economic phenomenon: They are statistical records of the evolution of economic processes through time<sup>1</sup>. In using time series to observe economic activity, economists and statisticians have identified four characteristic behavioural components: the long-term movement or trend, the cycle, the seasonal variations and the irregular fluctuations. These movements are caused by various economic, climatic or institutional factors. The seasonal variations occur periodically on a more or less regular basis over the course of the year as a result of seasonal changes in weather, statutory holidays and other events which occur at fairly regular intervals and thus have a significant impact on the rate of economic activity.

In the interest of accurately interpreting the fundamental evolution of an economic phenomenon and producing forecasts of superior quality, Statistics Canada uses the X11ARIMA/88 seasonal adjustment method<sup>2</sup> to seasonally adjust its time series. This method minimizes the impact of seasonal variations on the series and essentially consists of adding one year of estimated raw data to the end of the original series before it is seasonally adjusted. The estimated data are derived from forecasts using ARIMA (Autoregressive Integrated Moving Average) models of the Box-Jenkins type.

The X-11 part of the X11ARIMA/88 program uses primarily a ratio-to-moving average method to smooth the modified series and obtain a preliminary estimate of the trend-cycle, to calculate the ratios of the original series (fitted) to the estimates of the trend-cycle and to estimate the seasonal factors from these ratios. The final seasonal factors are produced only after these operations have been repeated several times. These procedures, used to determine the seasonal factors necessary to calculate the final seasonally adjusted data, are executed every month. This approach ensures that the estimated seasonal factors are derived from an unadjusted series which includes all the available information about the series, i.e., the current month's unadjusted data as well as the previous month's revised unadjusted data.

While seasonal adjustment permits a better understanding of the underlying trend-cycle of a series, the seasonally-adjusted series still contains an irregular component. Slight month-to-month variations in the seasonally adjusted series may be simple irregular movements. To get a better idea of the underlying trend, users should examine several months of the seasonally adjusted series.

<sup>1</sup> A Note on the Seasonal Adjustment of Economic Time Series, *Canadian Statistical Review*, August 1974.

<sup>2</sup> For further information see the *X11ARIMA/88 Seasonal Adjustment Method*, by Estella Bee Dagum, Statistics Canada.

## ANNEXE IV

### Désaisonnalisation

Les séries chronologiques (ou temporelles) économiques comportent les éléments essentiels à la description, l'explication et la prévision du comportement d'un phénomène économique. Ce sont des dossiers statistiques de l'évolution des processus économiques dans le temps<sup>1</sup>. L'observation par les économistes et les statisticiens de l'activité économique à l'aide des séries chronologiques a donc permis de distinguer quatre composantes principales du comportement des séries chronologiques: le mouvement à long terme ou tendance, le mouvement cyclique, les variations saisonnières et les fluctuations irrégulières ou accidentelles. Ces mouvements sont causés par différents facteurs, soit économiques, climatiques ou institutionnels. Les variations saisonnières sont les fluctuations périodiques plus ou moins régulières qui se produisent au cours d'une année en raison du cycle météorologique normal, des congés fixes et d'autres événements qui se répètent à intervalles avec une certaine régularité et qui influencent de façon significative le taux d'activité.

Afin de favoriser l'interprétation exacte de l'évolution fondamentale d'un phénomène économique et de produire une meilleure prédiction, Statistique Canada rajuste les séries chronologiques au moyen de la méthode de désaisonnalisation X11ARMMI/88<sup>2</sup> afin de justement minimiser l'impact des variations saisonnières sur les séries. Cette technique consiste essentiellement à ajouter les estimations d'une année de données brutes à l'extrémité de la série initiale avant de procéder à la désaisonnalisation. Les données estimées sont dérivées des prévisions réalisées par des modèles ARMMI (modèles autorégressifs à moyennes mobiles intégrées) du type Box-Jenkins.

La partie X-11 du programme X11ARMMI/88 fait surtout appel à la méthode de rapport aux moyennes mobiles pour effectuer le lissage de la série modifiée et obtenir une estimation préliminaire de la tendance-cycle, calculer les rapports de la série initiale (ajustée) aux estimations de la tendance-cycle, et estimer les facteurs saisonniers à partir de ces dits rapports. Les facteurs saisonniers définitifs ne sont produits que lorsque ces opérations ont été exécutées à plusieurs reprises. Ces étapes déterminant les facteurs saisonniers nécessaires au calcul des données désaisonnalisées finales sont exécutées à chaque mois. Cette approche garantit que les facteurs saisonniers estimés sont calculés à partir d'une série non-désaisonnalisée qui inclut toutes les plus récentes données relativement à ladite série, c.-à-d., les données non-désaisonnalisées du mois courant de même que les données révisées non-désaisonnalisées du mois précédent.

Bien que la désaisonnalisation permette de mieux comprendre la tendance-cycle fondamentale d'une série, la série désaisonnalisée n'en contient pas moins une composante irrégulière. De légères variations d'un mois à l'autre dans la série désaisonnalisée peuvent n'être que de simples mouvements irréguliers. Pour avoir une meilleure idée de la tendance fondamentale, les utilisateurs doivent donc examiner les séries désaisonnalisées d'un certain nombre de mois.

<sup>1</sup> La désaisonnalisation des séries temporelles économiques: quelques remarques; tiré de la *Revue statistique du Canada*, août 1974.

<sup>2</sup> Pour de plus amples informations voir *La méthode de désaisonnalisation X11ARMMI/88*, par Estella Bee Dagum, Statistique Canada.



The Canada seasonally adjusted total is derived indirectly by the summation of the individually seasonally adjusted kinds of business.

#### **Constant Dollar Seasonally Adjusted Estimates**

Seasonally adjusted constant dollar estimates are obtained by deflating the current dollar seasonally adjusted data by an implicit price index supplied by the National Accounts and Environment Division. The total constant dollar seasonally adjusted estimates are derived by employing the indirect seasonal adjustment method.

Le total désaisonnalisé au niveau du Canada est dérivé de façon indirecte en faisant la somme des genres de commerce désaisonnalisés pris séparément.

#### **Estimation désaisonnalisées en dollars constants**

Les estimations désaisonnalisées en dollars constants sont obtenues en dégonflant les données désaisonnalisées en dollars courants au moyen d'un indice implicite de prix fourni par la Division des Comptes Nationaux et de l'Environnement. Les estimations totales désaisonnalisées en dollars constants sont obtenues par l'emploi de la méthode de désaisonnalisation indirecte.



**APPENDIX V****Trade Group Coverage**

<b>010</b>	<b>Supermarkets and Grocery Stores</b>
6011	Supermarkets
6012	Grocery stores(except supermarkets)
<b>020</b>	<b>All Other Food Stores</b>
6013	Bakery products stores
6014	Candy and nut stores
6015	Fruit and vegetable stores
6016	Meat markets
6019	Other specialty food stores, n.e.c.
<b>030</b>	<b>Drugs and Patent Medicine Stores</b>
6031	Pharmacies
6032	Patent medicine and toiletries stores
<b>040</b>	<b>Shoe Stores</b>
6111	Shoe stores
<b>050</b>	<b>Men's Clothing Stores</b>
6121	Men's clothing stores
<b>060</b>	<b>Women's Clothing Stores</b>
6131	Women's clothing stores
<b>070</b>	<b>Other Clothing Stores</b>
6141	Children's clothing stores
6142	Fur goods stores
6149	Other clothing stores, n.e.c.
6151	Fabric and yarn stores
<b>080</b>	<b>Household Furniture and Appliance Stores</b>
6211	Household furniture stores (with appliances and furnishings)
6212	Household furniture stores (without appliances and furnishings)
6213	Furniture refinishing and repair shops
6221	Appliance, television, radio and stereo stores
6222	Television, radio and stereo stores
6223	Appliance, television, radio and stereo repair shops
<b>090</b>	<b>Household Furnishings Stores</b>
6231	Floor covering stores
6232	Drapery stores
6239	Other household furnishings stores

**ANNEXE V****Couverture des groupes de commerce**

<b>010</b>	<b>Supermarchés d'alimentation et épiceries</b>
6011	Supermarchés d'alimentation
6012	Épiceries (sauf les supermarchés)
<b>020</b>	<b>Tous les autres magasins d'alimentation</b>
6013	Boulangeries-pâtisseries
6014	Confiseries et magasins de noix
6015	Magasins de fruits et légumes
6016	Marchés de viande
6019	Autres magasins d'alimentation spécialisés, n.c.a.
<b>030</b>	<b>Pharmacies et magasins de médicaments brevetés</b>
6031	Pharmacies
6032	Magasins de médicaments brevetés et de produits de toilette
<b>040</b>	<b>Magasins de chaussures</b>
6111	Magasins de chaussures
<b>050</b>	<b>Magasins de vêtements pour hommes</b>
6121	Magasins de vêtements pour hommes
<b>060</b>	<b>Magasins de vêtements pour dames</b>
6131	Magasins de vêtements pour dames
<b>070</b>	<b>Autres magasins de vêtements</b>
6141	Magasins de vêtements pour enfants
6142	Magasins de fourrures
6149	Autres magasins de vêtements, n.c.a.
6151	Magasins de tissus et de filés
<b>080</b>	<b>Magasins de meubles et d'appareils ménagers</b>
6211	Magasins de meubles de maison (avec appareils ménagers et accessoires d'ameublement)
6212	Magasins de meubles de maison (sans appareils ménagers ni accessoires d'ameublement)
6213	Ateliers de réparation de meubles
6221	Magasins d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
6222	Magasins de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
6223	Ateliers de réparation d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
<b>090</b>	<b>Magasins d'accessoires d'ameublement</b>
6231	Magasins de revêtements de sol
6232	Magasins de tentures
6239	Autres magasins d'accessoires d'ameublement

**100 Motor and Recreational Vehicle Dealers**

6311	Automobile (new) dealers
6312	Automobile (used) dealers
6321	Motor home and travel trailer dealers
6322	Boats, outboard motors and boating accessories dealers
6323	Motorcycle and snowmobile dealers
6329	Other recreational vehicle dealers

**110 Gasoline Service Stations**

6331	Gasoline service stations
------	---------------------------

**120 Automotive Parts, Accessories and Services**

6341	Home and auto supply stores
6342	Tire, battery, parts and accessories stores
6351	Garages (general repairs)
6352	Paint and body repair shops
6353	Muffler replacement shops
6354	Motor vehicle glass replacement shops
6355	Motor vehicle transmission repair and replacement shops
6359	Other motor vehicle repair shops
6391	Car washes
6399	Other motor vehicle services, n.e.c.

**130 General Merchandise Stores**

6411	Department stores
6412	General stores
6413	Other general merchandise stores (variety and general merchandise stores)

**140 Other Semi-Durable Goods Stores**

6511	Book and stationery stores
6521	Florist shops
6522	Lawn and garden centres
6531	Hardware stores
6532	Paint, glass and wallpaper stores
6581	Toy and hobby stores
6582	Gift, novelty and souvenir stores

**150 Other Durable Goods Stores**

6541	Sporting goods stores
6542	Bicycle shops
6551	Musical instrument stores
6552	Record and tape stores
6561	Jewellery stores
6562	Watch and jewellery repair shops
6571	Camera and photographic supply stores

**160 Other Retail Stores**

6021	Liquor stores
6022	Wine stores

**100 Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs**

6311	Concessionnaires d'automobiles neuves
6312	Concessionnaires d'automobiles d'occasion
6321	Marchands de roulottes motorisées et de roulottes de voyage
6322	Marchands de bateaux, de moteurs hors-bord et d'accessoires pour bateaux
6323	Marchands de motocyclettes et de motoneiges
6329	Autres marchands de véhicules de loisir

**110 Stations-service**

6331	Stations-service
------	------------------

**120 Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services**

6341	Magasins de fournitures pour la maison et pour l'automobile
6342	Magasins de pneus, d'accumulateurs, de pièces et d'accessoires
6351	Garages (réparations générales)
6352	Ateliers de peinture et de carrosserie
6353	Ateliers de remplacement de silencieux
6354	Ateliers de remplacement de glaces pour véhicules automobiles
6355	Ateliers de réparation et de remplacement de boîtes de vitesse de véhicules automobiles
6359	Autres ateliers de réparation de véhicules automobiles
6391	Lave-autos
6399	Autres services pour véhicules automobiles, n.c.a.

**130 Magasins de marchandises diverses**

6411	Magasins à rayons
6412	Magasins généraux
6413	Autres magasins de marchandises diverses (bazars et magasins de marchandises diverses)

**140 Autres magasins de produits semi-durables**

6511	Librairies et papeteries
6521	Fleuristes
6522	Centres de jardinage
6531	Quincailleries
6532	Magasins de peinture, de vitre et de papier peint
6581	Magasins de jouets et d'articles de loisir
6582	Magasins de cadeaux, d'articles de fantaisie et de souvenirs

**150 Autres magasins de produits durables**

6541	Magasins d'articles de sport
6542	Magasins de bicyclettes
6551	Magasins d'instruments de musique
6552	Magasins de disques et de bandes magnétiques
6561	Bijouteries
6562	Ateliers de réparation de montres et de bijoux
6571	Magasins d'appareils et de fournitures photographiques

**160 Autres magasins de vente au détail**

6021	Magasins de spiritueux
6022	Magasins de vin

6023 Beer stores  
6591 Second-hand merchandise stores, n.e.c.  
6592 Opticians' shops  
6593 Art galleries and artists' supply stores  
6594 Luggage and leather goods stores  
6595 Monument and tombstone dealers  
6596 Pet stores  
6597 Coin and stamp dealers  
6598 Mobile home dealers  
6599 Other retail stores, n.e.c.

6023 Magasins de bière  
6591 Magasins de marchandises d'occasion, n.c.a.  
6592 Opticiens  
6593 Galeries d'art et magasins de fournitures pour artistes  
6594 Magasins de bagages et de maroquinerie  
6595 Magasins de monuments funéraires et de pierres tombales  
6596 Magasins d'animaux de maison  
6597 Marchands de pièces de monnaie et de timbres  
6598 Marchands de maisons mobiles  
6599 Autres magasins de vente au détail, n.c.a.



# Do You Suffer from Information Overload?

The amount of information available to people whose jobs depend on educated decision-making has exploded. The truth is that making decisions with too much information can be even harder than making them with too little!

## We Have a Cure!

Every Friday, Statistics Canada releases **Infomat**, our highly informative weekly review that **sums up** our major socio-economic reports, surveys and product releases. In only 10 pages, **Infomat** presents key information in **short articles** with easy-to-read **charts** and **tables** about:

- trade
- transportation
- consumer prices
- GDP
- travel and tourism
- manufacturing
- retailing and wholesaling
- employment
- finance
- and much more

## Invest just 10 minutes a week with Infomat

When you get information from **Infomat**, it hasn't been manipulated or massaged. It gives you the **straight** facts—sometimes surprising, always precise and up-to-date! In about 10 minutes, you can gain a precise understanding of the latest social and economic developments in Canada.

**Infomat** is available **every week** on the Statistics Canada Web site (Catalogue No. 11-002-XIE) and in paper (Catalogue No. 11-002-XPE). Download it yourself every Friday, or have us send it to you—the choice is yours!

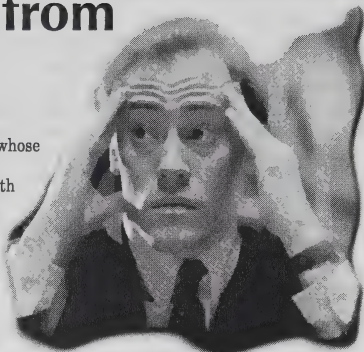
**Unzip Infomat on line!** The Internet version is available for \$109 per year (plus taxes, where applicable) at [www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/subscribe.cgi?catno=11-002-XIE](http://www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/subscribe.cgi?catno=11-002-XIE)



Save 20% on a 2-year subscription or 30% on a 3-year subscription

There are 5 easy ways to order the print version of **Infomat** (\$145 per year). In Canada, please add either GST and applicable PST or HST. Shipping charges: No shipping charges for delivery in Canada. For shipments to the United States, please add \$300. For shipments to other countries, please add \$500.

**CALL:** 1 800 267-6677 or (613) 951-7277  
**FAX:** 1 877 287-4369 or (613) 951-1584  
**MAIL:** Statistics Canada, Dissemination Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6, Canada  
**E-MAIL:** [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca)  
**CONTACT:** your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre at 1 800 263-1136



# Vous souffrez d'infobésité?

Aujourd'hui, la quantité d'information offerte aux personnes qui doivent prendre des décisions éclairées dans leur travail est tout simplement phénoménale. Une surabondance d'information peut rendre la prise de décisions encore plus difficile qu'une carence en information!

## Nous avons l'antidote!

Le vendredi, Statistique Canada publie **Infomat**, notre bulletin hebdomadaire hautement informatif où sont **résumés** nos

principaux rapports, enquêtes et produits de données socioéconomiques. En 10 pages seulement, **Infomat** présente de l'information clé dans de **courts articles** comportant des **graphiques** et des **tableaux** faciles à consulter sur :

- le commerce
- le commerce de gros et de détail
- les prix à la consommation
- le PIB
- les voyages et le tourisme
- la fabrication
- le transport
- l'emploi
- la finance
- et plus encore

## Investissez 10 minutes de votre temps par semaine avec Infomat

L'information que vous procure **Infomat** n'est pas remaniée ou maquillée. On vous donne **les faits tels quels**, parfois étonnants, mais toujours précis et à jour! En une dizaine de minutes seulement, vous serez en mesure de bien comprendre les changements sociaux et économiques du Canada.

**Infomat** est accessible **chaque semaine** sur le site Web de Statistique Canada (n° 11-002-XIF au catalogue) et en version imprimée (n° 11-002-XPF au catalogue). Téléchargez-le vous-même chaque vendredi ou demandez-nous de vous l'expédier. À vous de choisir!

**Infomat en direct!** Procurez-vous la version Internet pour 109 \$ par année (plus taxes, s'il y a lieu) à [www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/subscribe.cgi?catno=11-002-XIF](http://www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/subscribe.cgi?catno=11-002-XIF)



Économisez 20 % sur un abonnement de deux ans et 30 % sur un abonnement de trois ans

Voici cinq moyens faciles de commander la version imprimée de **Infomat** (145 \$ par année). Au Canada, veuillez ajouter soit la TPS et la TVP en vigueur, soit la TVH. Frais de port : Aucuns frais pour les envois au Canada. Pour les envois à destination des États-Unis, veuillez ajouter 300 \$. Pour les envois à destination des autres pays, veuillez ajouter 500 \$.

**TÉLÉPHONE :** 1 800 267-6677 ou (613) 951-7277  
**TÉLÉCOPIEUR :** 1 877 287-4369 ou (613) 951-1584  
**COURRIER :** Statistique Canada, Division de la diffusion, Gestion de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario), K1A 0T6, Canada  
**COURRIEL :** [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca)  
**COMMUNIQUEZ :** avec le centre de consultation de Statistique Canada situé dans votre région au 1 800 263-1136

Federal Government Departments and Agencies must include their IS Organization Code and IS Reference Code with all orders.

**Bypass information overload with Infomat !**  
**Subscribe today.**  
**Visit our Web site: [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca)**



729M/SC00010

Les ministères et organismes fédéraux doivent fournir leur code d'organisme RI et leur code de référence RI avec chaque commande.

**Remédiez à l'infobésité avec Infomat !**  
**Abonnez-vous dès aujourd'hui.**  
**Visitez notre site Web : [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca)**





# ORDER FORM

Statistics Canada

## TO ORDER:



MAIL

Statistics Canada  
Dissemination Division  
Circulation Management  
120 Parkdale Avenue  
Ottawa, Ontario  
K1A 0T6 Canada



PHONE  
1 800 267-6677  
(613) 951-7277



FAX  
1 877 287-4369  
(613) 951-1584



E-MAIL: [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca)



1 800 363-7629  
Telecommunication Device  
for the Hearing Impaired

(Please print)

Company

Department

Attention

Title

Address

City

Province

Postal Code

Phone

Fax

E-mail Address:

Your personal information is protected by the *Privacy Act*.<sup>\*\*</sup>

## METHOD OF PAYMENT:

(Check only one)



Please charge my:



VISA



MasterCard

Card Number

Expiry Date

Cardholder (please print)

Signature



Payment enclosed \$

(payable to the Receiver General for Canada)



Purchase  
Order Number  
(please enclose)

Authorized Signature

Catalogue  
Number

Title

Date of  
issue(s)  
or  
indicate an  
"S" for  
subscription(s)

Price  
(All prices exclude  
sales tax)

\*Shipping Charges  
(Applicable to  
shipments sent  
outside Canada)

Quantity

Total  
\$

\*Shipping charges: No shipping charges for delivery in Canada. For shipments to the United States, please add \$6 per issue or item ordered. For shipments to other countries, please add \$10 per issue or item ordered. Annual frequency = 1. Quarterly frequency = 4. Monthly frequency = 12.

Canadian clients add either 7% GST and applicable PST or HST (GST Registration No. R121491807).

Clients outside Canada pay in Canadian dollars drawn on a Canadian bank or pay in equivalent US dollars, converted at the prevailing daily exchange rate, drawn on a US bank.

Statistics Canada is FIS-ready. Federal government departments and agencies must include with all orders their IS Organization Code \_\_\_\_\_ and IS Reference Code \_\_\_\_\_.

\*\* Statistics Canada will only use your information to complete this sales transaction, deliver your product(s), and administer your account. From time to time, we may also offer you other Statistics Canada products and services and conduct market research. If you do not wish to be contacted again for promotional purposes ☐ and/or market research, ☐ check as appropriate and fax or mail this page to us, call 1 800 700-1033 or e-mail [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca).

SUBTOTAL

GST (7%)

Applicable PST

Applicable HST  
(N.S., N.B., Nfld.)

GRAND TOTAL

PF099000

## THANK YOU FOR YOUR ORDER!



Statistics Canada  
Statistique Canada

[www.statcan.ca](http://www.statcan.ca)

Canada



# BON DE COMMANDE

Statistique Canada

## POUR COMMANDER :



COURRIER

Statistique Canada  
Division de la diffusion  
Gestion de la circulation  
120, avenue Parkdale  
Ottawa (Ontario)  
K1A 0T6 Canada



TÉLÉPHONE

1 800 267-6677  
(613) 951-7277



TÉLÉCOPIEUR

1 877 287-4369  
(613) 951-1584



COURRIEL : [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca)



1 800 363-7629

Appareils de télécommunications  
pour les malentendants

(Veuillez écrire en majuscules)

Compagnie

Service

À l'attention de

Fonction

Adresse

Ville

Province

Code postal

Téléphone

Télécopieur

Courriel :

**Vos renseignements personnels sont protégés par la Loi sur la protection des renseignements personnels.\*\***

## MODALITÉS DE PAIEMENT :

(Cochez une seule case)



Veuillez débiter mon compte



VISA



MasterCard

N° de carte

Date d'expiration

Détenteur de carte (en majuscules s.v.p.)

Signature



Paiement inclus \$

(à l'ordre du Receveur général du Canada)



N° du bon  
de commande

(veuillez joindre le bon)

Signature de la personne autorisée

Numéro au catalogue	Titre	Édition(s) demandée(s) ou inscrire « A » pour les abonnements	Prix (Les prix n'incluent pas la taxe de vente)	*Frais de port (Pour les envois à l'extérieur du Canada)	Quantité	Total \$

\*Frais de port : Aucuns frais pour les envois au Canada. Pour les envois à destination des États-Unis, veuillez ajouter 6 \$ pour chaque numéro ou article commandé. Pour les envois à destination des autres pays, veuillez ajouter 10 \$ pour chaque numéro ou article commandé. Fréquence des parutions : publication annuelle = 1; publication trimestrielle = 4; publication mensuelle = 12.

TOTAL

Les clients canadiens ajoutent soit la TPS de 7 % et la TVP en vigueur, soit la TVH (TPS numéro R121491807).

TPS (7 %)

Les clients de l'étranger paient en dollars canadiens tirés sur une banque canadienne ou en dollars US tirés sur une banque américaine selon le taux de change quotidien en vigueur.

TVP en vigueur

Statistique Canada utilise la SIF. Les ministères et les organismes du gouvernement fédéral doivent indiquer sur toutes les commandes leur code d'organisme RI et leur code de référence RI.

TVH en vigueur  
(N.-É., N.-B., T.-N.)

\*\* Statistique Canada utilisera les renseignements qui vous concernent seulement pour effectuer la présente transaction, livrer votre (vos) produit(s) et gérer votre compte. Nous pourrions de temps à autre vous informer au sujet d'autres produits et services de Statistique Canada et mener des études de marché. Si vous ne voulez pas qu'on communique avec vous de nouveau pour des promotions ou des études de marché, cochez la case correspondante et faites-nous parvenir cette page par télécopieur ou par la poste, téléphonez-nous au 1 800 700-1033 ou envoyez un courriel à [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca).

TOTAL GÉNÉRAL

PF099000

## MERCI DE VOTRE COMMANDE!



Statistique  
Canada

Statistics  
Canada

[www.statcan.ca](http://www.statcan.ca)

Canada

**What  
if...**

**Que  
diriez-vous...**

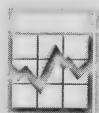
**WHAT IF** there were a place that could save you and your business time and money by offering a consolidated area with the latest in Canadian statistics?

**WHAT IF** there were a place that offered accessible and reliable data on an assortment of current hot topics on Canadian social and economic themes?

**WHAT IF** there were a place where analysis experts that know your markets could provide you with advice and customized data at your fingertips?

**WHAT IF** there were such a place?

**THERE IS SUCH A PLACE.**



**www.statcan.ca**  
**BUILT FOR BUSINESS**

The official source of Canadian statistics  
All the time — All in one place

**QUE DIRIEZ-VOUS** de trouver au même endroit tout ce qu'il y a de plus récent en statistiques canadiennes et, du même coup, de réaliser une économie de temps et d'argent pour vous et votre entreprise?

**QUE DIRIEZ-VOUS** d'un endroit où seraient mises à votre portée des données fiables sur tout un éventail de sujets brûlants d'actualité du domaine social et économique canadien?

**QUE DIRIEZ-VOUS** d'un endroit où, en appuyant simplement sur quelques touches, vous auriez accès à des conseils et des données sur mesure, fournis par des analystes bien au courant des marchés auxquels vous vous intéressez?

**QUE DIRIEZ-VOUS** si un tel endroit existait?

**EH BIEN, IL EXISTE!**

**www.statcan.ca**  
**CONÇU POUR LES AFFAIRES**

La source officielle de statistiques canadiennes  
en un endroit et en tout temps





## Discover labour market trends in seconds

### When you need a snapshot of the labour market

...when you need quick answers or in-depth analysis

...when you need to see historical movements

...when you need labour-related data for a presentation or report

...you'll find that the **Labour Force Historical Review on CD-ROM** is the perfect solution.

This easy-to-use CD-ROM, issued annually, provides:

### Accurate, timely data...

- ✱ actual and seasonally adjusted, monthly and annual data

### ...plus historical information...

- ✱ over 20 years of data (from 1976 to 1999)

### ...in a tremendously useful format!

- ✱ with thousands of cross-classified data series
- ✱ and the functionality for easy export of the data into any spreadsheet package for data manipulation

### At the click of a mouse, access key variables, such as:

- ✱ employment and unemployment levels and rates
- ✱ demographic characteristics including age, sex, educational attainment and family variables
- ✱ national, provincial, metropolitan areas and economic regions
- ✱ industry, occupation, wages, union membership, job tenure
- ✱ workplace size and hours worked ...and much more.



## Découvrez les tendances du marché du travail en quelques secondes

### Que vous ayez besoin d'un instantané du marché du travail

... de réponses rapides ou d'analyses approfondies

... de séries chronologiques

... ou de données sur le marché du travail pour un exposé ou un compte rendu

... le **CD-ROM de la Revue chronologique de la population active** est l'outil parfait.

Ce CD-ROM facile à utiliser, qui paraît chaque année, vous offre :

### des données exactes et à jour...

- ✱ brutes et désaisonnalisées, mensuelles et annuelles

### ... et des renseignements chronologiques...

- ✱ portant sur plus de 20 ans de données (de 1976 à 1999)

### ... présentés dans un format des plus pratiques!

- ✱ avec des milliers de séries croisées
- ✱ les fonctionnalités permettant d'exporter facilement les données vers tout tableur à des fins de manipulation

### Il suffit d'un clic de souris pour accéder à des variables clés :

- ✱ les niveaux et les taux d'emploi et de chômage
- ✱ les caractéristiques démographiques, dont l'âge, le sexe, le niveau d'instruction et les données familiales
- ✱ les données nationales, provinciales et relatives aux régions métropolitaines et économiques
- ✱ les données relatives aux branches d'activité, aux professions, aux salaires, à l'affiliation syndicale et à l'ancienneté d'emploi
- ✱ les données sur la taille du lieu de travail, le nombre d'heures de travail... et beaucoup plus.

For more detailed information on this CD-ROM, visit our Web site at <http://www.statcan.ca/english/ads/71F0004XCB/index.htm>

The **Labour Force Historical Review on CD-ROM** (catalogue no. 71F0004XCB) is available for only \$195. In Canada, please add either GST and applicable PST or HST. Shipping charges: No shipping charges for delivery in Canada. For shipments to the United States, please add \$6. For shipments to other countries, please add \$10. To order the CD ROM, CALL 1 800 267-8677, FAX 1 877 287-4369 or MAIL your order to Statistics Canada, Dissemination Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6, Canada. You may also order by E-MAIL: [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca) or contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre: 1 800 263-1136.

Pour plus de précisions sur ce CD-ROM, visitez notre site Web à [http://www.statcan.ca/francais/ads/71F0004XCB/index\\_f.htm](http://www.statcan.ca/francais/ads/71F0004XCB/index_f.htm)

Le **CD-ROM de la Revue chronologique de la population active** (n° 71F0004XCB au catalogue) est offert à seulement 195 \$. Au Canada, veuillez ajouter soit la TPS et la TVP en vigueur, soit la TVH. Frais de port : Aucuns frais pour les envois au Canada. Pour les envois à destination des États-Unis, veuillez ajouter 6 \$. Pour les envois à destination des autres pays, veuillez ajouter 10 \$. Vous pouvez commander le CD-ROM par TÉLÉPHONE au 1 800 267-8677, par TÉLÉCOPIEUR au 1 877 287-4369 ou par la POSTE à Statistique Canada, Division de la diffusion, Gestion de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario), K1A 0T6, Canada. Vous pouvez aussi commander par COURRIEL à [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca) ou en communiquant avec le Centre de consultation régional de Statistique Canada le plus proche au 1 800 263-1136.





Catalogue no. 63-005-XPB

# Retail Trade

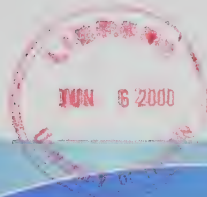
March 2000

N° 63-005-XPB au catalogue

# Commerce de détail

Mars 2000

Gouvernement  
du Canada



Statistics  
Canada

Statistique  
Canada

Canada

## How to obtain more information

Specific inquiries about this product and related statistics or services should be directed to: Marketing and Client Services Section, Distributive Trades Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (telephone: (613) 951-3549) or toll free at 1 877 421-3067).

For information on the wide range of data available from Statistics Canada, you can contact us by calling one of our toll-free numbers. You can also contact us by e-mail or by visiting our Web site.

<b>National inquiries line</b>	1 800 263-1136
<b>National telecommunications device for the hearing impaired</b>	1 800 363-7629
<b>Depository Services Program inquiries</b>	1 800 700-1033
<b>Fax line for Depository Services Program</b>	1 800 889-9734
<b>E-mail inquiries</b>	infostats@statcan.ca
<b>Web site</b>	www.statcan.ca

## Ordering and subscription information

This product, Catalogue no. 63-005-XPB, is published monthly as a standard printed publication at a price of CDN \$21.00 per issue and CDN \$206.00 for a one-year subscription. The following additional shipping charges apply for delivery outside Canada:

	<b>Single issue</b>	<b>Annual subscription</b>
<b>United States</b>	CDN \$ 6.00	CDN \$72.00
<b>Other countries</b>	CDN \$ 10.00	CDN \$120.00

This product is also available in electronic format on the Statistics Canada Internet site as Catalogue no. 63-005-XIB at a price of CDN \$16.00 per issue and CDN \$155.00 for a one-year subscription. To obtain single issues or to subscribe, visit our Web site at [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca), and select Products and Services.

All prices exclude sales taxes.

The printed version of this publication can be ordered by

- Phone (Canada and United States) **1 800 267-6677**
- Fax (Canada and United States) **1 877 287-4369**
- E-mail **order@statcan.ca**
- Mail Statistics Canada  
Dissemination Division  
Circulation Management  
120 Parkdale Avenue  
Ottawa, Ontario K1A 0T6
- And, in person at the Statistics Canada Reference Centre nearest you, or from authorised agents and bookstores.

When notifying us of a change in your address, please provide both old and new addresses.

## Standards of service to the public

Statistics Canada is committed to serving its clients in a prompt, reliable and courteous manner and in the official language of their choice. To this end, the Agency has developed standards of service which its employees observe in serving its clients. To obtain a copy of these service standards, please contact Statistics Canada toll free at 1 800 263-1136.

## Comment obtenir d'autres renseignements

Toute demande de renseignements au sujet du présent produit ou au sujet de statistiques ou de services connexes doit être adressée à : Section du marketing et service à la clientèle, Division de la statistique du commerce, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (téléphone : (613) 951-951-3549) ou sans frais au 1 877 421-3067).

Pour obtenir des renseignements sur l'ensemble des données de Statistique Canada qui sont disponibles, veuillez composer l'un des numéros sans frais suivants. Vous pouvez également communiquer avec nous par courriel ou visiter notre site Web.

<b>Service national de renseignements</b>	1 800 263-1136
<b>Service national d'appareils de télécommunications pour les malentendants</b>	1 800 363-7629
<b>Renseignements concernant le Programme des bibliothèques de dépôt</b>	1 800 700-1033
<b>Télécopieur pour le Programme des bibliothèques de dépôt</b>	1 800 889-9734
<b>Renseignements par courriel</b>	infostats@statcan.ca
<b>Site Web</b>	www.statcan.ca

## Renseignements sur les commandes et les abonnements

Le produit n° 63-005-XPB au catalogue est publié mensuellement en version imprimée standard et est offert au prix de 21 \$ CA l'exemplaire et de 206 \$ CA pour un abonnement annuel. Les frais de livraison supplémentaires suivants s'appliquent aux envois à l'extérieur du Canada :

	<b>Exemplaire</b>	<b>Abonnement annuel</b>
<b>États-Unis</b>	6 \$ CA	72 \$ CA
<b>Autres pays</b>	10 \$ CA	120 \$ CA

Ce produit est aussi disponible sous forme électronique dans le site Internet de Statistique Canada, sous le n° 63-005-XIB au catalogue, et est offert au prix de 16 \$ CA l'exemplaire et de 155 \$ CA pour un abonnement annuel. Les utilisateurs peuvent obtenir des exemplaires ou s'abonner en visitant notre site Web à [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca) et en choisissant la rubrique Produits et services.

Les prix ne comprennent pas les taxes de ventes.

La version imprimée peut être commandée par

- Téléphone (Canada et États-Unis) **1 800 267-6677**
- Télécopieur (Canada et États-Unis) **1 877 287-4369**
- Courriel **order@statcan.ca**
- Poste Statistique Canada  
Division de la diffusion  
Gestion de la circulation  
120, avenue Parkdale  
Ottawa (Ontario) K1A 0T6
- En personne au bureau régional de Statistique Canada le plus près de votre localité ou auprès des agents et librairies autorisés.

Lorsque vous signalez un changement d'adresse, veuillez nous fournir l'ancienne et la nouvelle adresse.

## Normes de service à la clientèle

Statistique Canada s'engage à fournir à ses clients des services rapides, fiables et courtois, et ce, dans la langue officielle de leur choix. À cet égard, notre organisme s'est doté de normes de service à la clientèle qui doivent être observées par les employés lorsqu'ils offrent des services à la clientèle. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec Statistique Canada au numéro sans frais 1 800 263-1136.



Statistics Canada  
Distributive Trades Division  
Retail Financial Section

# Retail Trade

March 2000

Statistique Canada

Division de la statistique du commerce  
Section du commerce de détails financiers

# Commerce de détail

Mars 2000

Published by authority of the Minister  
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 2000

All rights reserved. No part of this publication  
may be reproduced, stored in a retrieval system or  
transmitted in any form or by any means, electronic,  
mechanical, photocopying, recording or otherwise  
without prior written permission from Licence  
Services, Marketing Division, Statistics Canada,  
Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

May 2000

Catalogue no. 63-005-XPB, Vol. 72, No. 3  
ISSN 0380-6146

Frequency: Monthly

Catalogue no. 63-005-XIB, Vol. 72, No. 3  
ISSN 1488-0008

Ottawa

---

## Note of appreciation

*Canada owes the success of its statistical system  
to a long-standing partnership between Statistics  
Canada, the citizens of Canada, its businesses,  
governments and other institutions. Accurate and  
timely statistical information could not be produced  
without their continued cooperation and goodwill.*

Publication autorisée par le ministre  
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 2000

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire  
ou de transmettre le contenu de la présente publication,  
sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit,  
enregistrement sur support magnétique, reproduction  
électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou  
de l'emmagasiner dans un système de recouvrement,  
sans l'autorisation écrite préalable des Services de  
concession des droits de licence, Division du  
marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario,  
Canada K1A 0T6.

Mai 2000

N° 63-005-XPB au catalogue, vol. 72, n° 3  
ISSN 0380-6146

Périodicité : mensuelle

N° 63-005-XIB au catalogue, vol. 72, n° 3  
ISSN 1488-0008

Ottawa

---

## Note de reconnaissance

*Le succès du système statistique du Canada repose  
sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada  
et la population, les entreprises, les administrations  
canadiennes et les autres organismes. Sans cette  
collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible  
de produire des statistiques précises et actuelles.*

## Symbols

The following standard symbols are used in this Statistics Canada publication:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

## NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

## A NOTE ON CANSIM

All current and historical statistics on Retail Trade (Matrix Nos. 2299, 2397-2416 and 2418-2420), as well as many other series are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian - Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printout, or in machine readable form. For further information, contact the Cansim staff or Dissemination Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (telephone (613) 951-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- **F. Maranda**, Director, Distributive Trades Division
- **R. Lussier**, Assistant Director, Distributive Trades Division
- **B. Meyer**, Chief, Retail Financial Section, Distributive Trades Division
- **P. Gratton**, Senior Economist, Retail Financial Section, Distributive Trades Division

## Signes conventionnels

Les signes conventionnels suivants sont employés uniformément dans cette publication de Statistique Canada :

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

## NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

## NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système Canadien d'information socio-économique) fournit au public toutes les statistiques actuelles et historiques sur le Commerce de détail (matrice nos 2299, 2397-2416 et 2418-2420), et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports ordinolingués. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de CANSIM de la Division de la diffusion, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone (613) 951-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de :

- **F. Maranda**, directeur, Division de la statistique du commerce
- **R. Lussier**, directeur adjoint, Division de la statistique du commerce
- **B. Meyer**, chef, section du commerce de détails financiers, Division de la statistique du commerce
- **P. Gratton**, économiste principal, Section du commerce de détails financiers, Division de la statistique du commerce

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences - Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 - 1984.

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'American National Standard for Information Sciences "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 1984.



## TABLE OF CONTENTS

	PAGE
Highlights	v
Charts	vii
For Further Reading	ix

## Table

1. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	2
2. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	4
3. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)	6
4. Retail Trade Sample Response Fraction and Coefficient of Variation (Current Periods)	22
5. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	24
6. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	26
7. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Current Periods)	28
8. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Historical Estimates)	28
9. Retail Sales, Current and Constant (1992) Dollar Estimates	30

## Appendix

I. Definitions	33
II. Trade Group Coverage	34

## TABLE DES MATIÈRES

	PAGE
Faits saillants	v
Graphiques	vii
Lectures suggérées	ix

## Tableau

1. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	2
2. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	4
3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)	6
4. Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation (périodes courantes)	22
5. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	24
6. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	26
7. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)	28
8. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)	28
9. Ventes au détail, estimations en dollars courants et constants (1992)	30

## Appendice

I. Définitions	33
II. Couverture des groupes de commerce	34

## Note to users

Monthly estimates (unadjusted data) for four metropolitan areas (Montreal, Toronto, Winnipeg and Vancouver) can be tabulated by trade group and are available for purchase. For information on metropolitan area estimates, contact the Marketing and Client Services Section at (613) 951-3549 or toll free at 1 877 421-3067.

Users interested in acquiring further information relating to the methodology, seasonal adjustment and data reliability of this survey may consult the February 2000 issue (containing revisions to the previous year) of this publication or contact the Marketing and Client Services Section.

## Notes aux utilisateurs

Les estimations mensuelles (non désaisonnalisées) pour les quatre régions métropolitaines (Montréal, Toronto, Winnipeg et Vancouver) par groupe de commerce sont disponibles pour achat. Pour plus de renseignements sur les régions métropolitaines, communiquez avec la Section du marketing et services à la clientèle au (613) 951-3549 ou sans frais au 1 877 421-3067.

Les utilisateurs qui sont intéressés d'obtenir plus de renseignements concernant la méthodologie, la désaisonnalisation et la fiabilité des données de cette enquête peuvent consulter le numéro de février 2000, de cette publication (incluant les révisions de l'année précédente) ou communiquer avec la Section du marketing et services à la clientèle.

## Highlights

Retail sales bounced back in March to a record high of \$22.8 billion, advancing 2.1% after a 1.0% decline in February. Spending in retail stores has generally been strong since the start of 1996, except for a period of weaker gains in the spring and summer of 1998.

In March, retailers in the automotive sector posted the strongest gain in sales. When sales by motor and recreational vehicle dealers - the largest component in the sector - are excluded, total retail sales advanced 1.0% in March.

### Consumers came back to retail stores in March

Retail sales were up in most sectors in March; stores in the automotive sector (+4.3%), clothing stores (+2.9%) and furniture stores (+1.7%) led the increases. The sales advances reported by these retailers in March more than offset their February declines. General merchandise stores posted a decline in March (-0.4%), while sales in drug stores (-0.1%) remained essentially unchanged.

Retailers in all provinces and territories reported higher sales in March, with the exception of those in Prince Edward Island, who saw a 1.3% decline. Retail sales in Prince Edward Island have paused in the first months of 2000 after exceptionally strong sales in 1999.

### Strong quarterly retail sales

March's gain led to a 1.9% increase in retail sales in the first quarter of 2000 compared with the last quarter of 1999. The retail sectors that posted the strongest monthly gains in March - automotive, clothing and furniture - were also the top performers in the first quarter.

Retailers in the automotive sector posted the strongest sales gain (+3.3%) in the first quarter of 2000. In this sector, sales by gasoline service stations were still affected by higher prices, resulting in a 7.0% jump in sales in the first quarter compared with the last quarter of 1999. Strong demand for big-ticket items continued to push up sales by motor and recreational dealers (+2.8%) in the first quarter. Retail sales in the automotive sector have been up strongly since the fall of 1998, punctuated by some large monthly fluctuations.

Consumers increased spending in all types of clothing stores in the first quarter of 2000. The clothing sector (+3.1%) posted its strongest quarterly gain in sales since the third quarter of 1994. Shoe stores (+5.7%) and other clothing stores (+4.1%), which

## Faits saillants

Les ventes au détail ont rebondi en mars pour atteindre une valeur record de 22,8 milliards de dollars, en hausse de 2,1 % après le recul de 1,0 % enregistré en février. Les achats effectués dans les magasins de vente au détail sont généralement en pleine progression depuis le début de 1996, à l'exception de la période de hausses plus modestes observée au cours du printemps et de l'été 1998.

En mars, ce sont les détaillants du secteur de l'automobile qui ont affiché les augmentations les plus importantes des ventes. Si l'on exclut les ventes des concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs, la plus importante composante du secteur, la valeur totale des ventes au détail a progressé de 1,0 % en mars.

### Les consommateurs étaient de retour dans les magasins de vente au détail en mars

En mars, les ventes au détail ont progressé dans la plupart des secteurs, particulièrement chez les détaillants du secteur de l'automobile (+4,3 %), les magasins de vêtements (+2,9 %) et les détaillants de meubles (+1,7 %). Les hausses enregistrées par ces détaillants en mars ont fait plus que compenser la baisse de leurs ventes survenue en février. Les magasins de marchandises diverses ont affiché un recul en mars (-0,4 %), tandis que les ventes des pharmacies n'ont presque pas varié (-0,1 %).

Les détaillants de toutes les provinces et de tous les territoires ont déclaré des ventes en progression en mars, à l'exception de ceux de l'Île-du-Prince-Édouard, qui ont enregistré une baisse de 1,3 %. Dans cette province, les ventes au détail ont marqué un temps d'arrêt au début de 2000, après une année exceptionnellement forte en 1999.

### Premier trimestre vigoureux pour les ventes au détail

La hausse enregistrée en mars dans la vente au détail s'est traduite par une progression de 1,9 % au premier trimestre de 2000 par rapport au dernier trimestre de 1999. Les secteurs de la vente au détail qui ont affiché les augmentations mensuelles les plus importantes sont également ceux qui ont le mieux fait au premier trimestre, c'est-à-dire les secteurs de l'automobile, de l'habillement et du meuble.

Les détaillants du secteur de l'automobile ont enregistré la plus forte progression des ventes (+3,3 %) du premier trimestre de 2000. Dans ce secteur, le prix élevé de l'essence a continué d'avoir un effet sur les ventes des stations-service, qui ont fait un bond de 7,0 % au cours du premier trimestre par rapport au dernier trimestre de 1999. La forte demande pour les articles coûteux a continué de faire progresser les ventes des concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs (+2,8 %) au cours du premier trimestre. Depuis l'automne 1998, les ventes au détail du secteur de l'automobile connaissent une forte progression caractérisée par d'importantes variations mensuelles.

Les consommateurs ont accru leurs dépenses dans tous les types de magasin de vêtements au cours du premier trimestre de 2000. Le secteur de l'habillement (+3,1 %) a enregistré sa plus importante progression trimestrielle depuis le troisième trimestre de 1994. Les

includes family and children's clothing stores, led sales advances in the first quarter.

Retailers in the clothing sector have seen rising sales since early 1996, with larger gains in the last few months. A reduction in the number of department stores in the last half of 1999 may have helped these more specialized clothing stores post healthy gains in recent months.

Retailers in the furniture sector (+2.9%) continued to enjoy advancing sales in the first quarter of 2000. Furniture stores have posted strong quarterly sales results since the third quarter of 1996. Advantageous financing incentives and consumer confidence have helped keep furniture sales rising over the last four years.

### **Strong first quarter for territories and Prairie provinces**

Retail sales in each of the territories and Prairie provinces advanced by at least 2.5% in the first quarter of 2000 compared with the last quarter of 1999. After posting the weakest annual gains of 1999, retail sales in the Prairie provinces have picked up considerably in the first quarter of this year. Higher consumer spending in most retail sectors contributed to this increase.

Sustained consumer demand continued to push sales up in Newfoundland (+2.2%), Quebec (+2.1%), Ontario (+1.9%) and British Columbia (+1.7%) in the first quarter. Retail sales have been generally rising since early 1996 in Ontario, and since mid-1998 in Newfoundland, Quebec and British Columbia.

Despite the 0.2% decline in retail sales in Nova Scotia in the first quarter, retailers in that province have generally enjoyed advancing sales since the spring of 1997.

### **Related indicators for April**

In April, total employment was unchanged from the previous month, and the number of housing starts dropped for a second consecutive month (-5.4%).

magasins de chaussures (+5,7 %) et les établissements appartenant à la catégorie «autres magasins de vêtements» (+4,1 %), qui vendent notamment des vêtements pour la famille et pour les enfants, ont affiché les plus fortes hausses au cours du premier trimestre.

Les détaillants du secteur de l'habillement connaissent une augmentation de leurs ventes depuis le début de 1996 et ont enregistré d'importantes augmentations au cours des derniers mois. La diminution du nombre de grands magasins qui a eu lieu au cours de la deuxième moitié de 1999 pourrait avoir aidé ces magasins de vêtements plus spécialisés à enregistrer les fortes hausses des derniers mois.

Les détaillants du secteur du meuble (+2,9 %) ont continué de bénéficier de ventes en progression au cours du premier trimestre de 2000. Les magasins de meubles affichent des ventes vigoureuses depuis le troisième trimestre de 1996. Des incitatifs financiers avantageux et la confiance des consommateurs ont contribué à maintenir cette progression des ventes au cours des quatre dernières années.

### **Les territoires et les provinces des Prairies ont connu un bon premier trimestre**

Les ventes au détail de chacun des territoires et de chacune des provinces des Prairies ont progressé d'au moins 2,5 % au cours du premier trimestre de 2000 par rapport au dernier trimestre de 1999. Après avoir connu les hausses annuelles les plus faibles de 1999, le secteur de la vente au détail des provinces des Prairies a repris beaucoup de vigueur au cours du premier trimestre de 2000. Une hausse des dépenses des consommateurs dans la plupart des secteurs de la vente au détail a contribué à cette progression.

Une demande soutenue des consommateurs a continué de faire augmenter les ventes à Terre-Neuve (+2,2 %), au Québec (+2,1 %), en Ontario (+1,9 %) et en Colombie-Britannique (+1,7 %) au cours du premier trimestre. En Ontario, les ventes au détail sont généralement en progression depuis le début de 1996, tandis qu'à Terre-Neuve, au Québec et en Colombie-Britannique, elles le sont depuis le milieu de 1998.

Malgré le recul de 0,2 % enregistré par le secteur de la vente au détail de la Nouvelle-Écosse au cours du premier trimestre, les détaillants de cette province connaissent en général des ventes en progression depuis le printemps 1997.

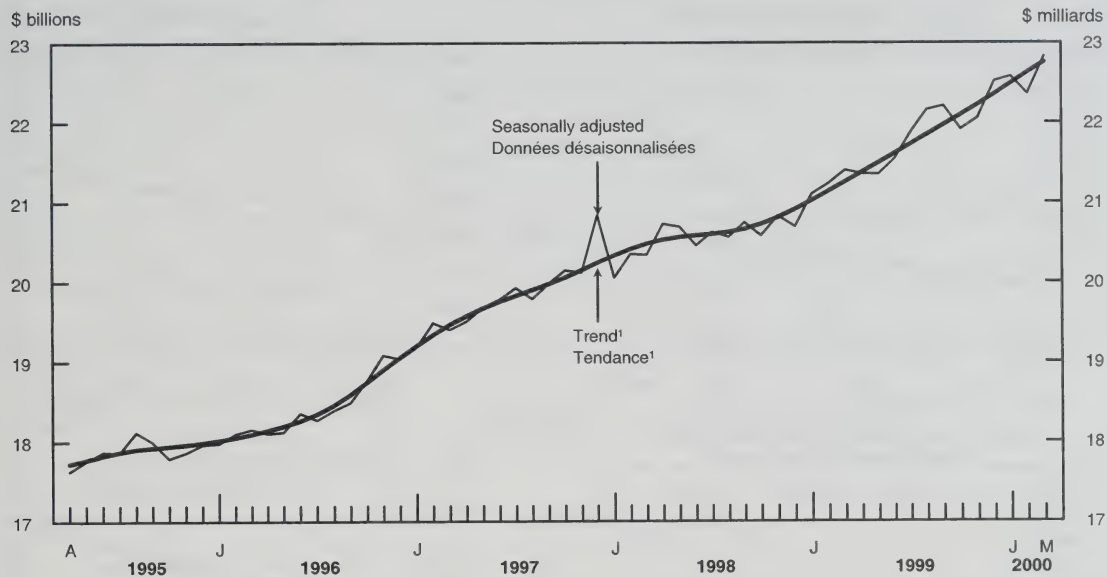
### **Indicateurs connexes pour avril**

En avril, le nombre total d'emplois est demeuré inchangé par rapport au mois précédent, tandis que le nombre de mises en chantier a diminué pour un deuxième mois d'affilée (-5,4 %).



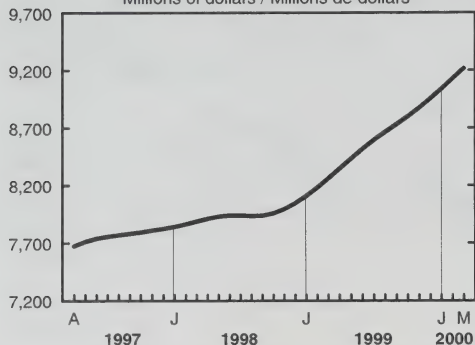
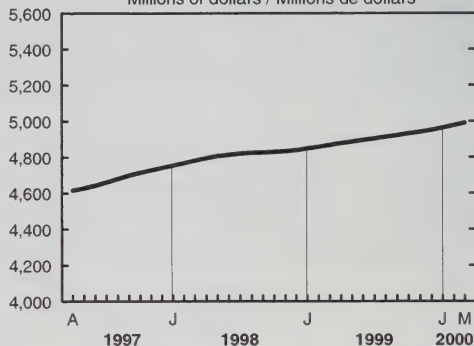
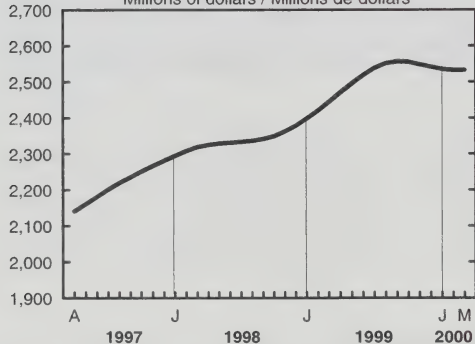
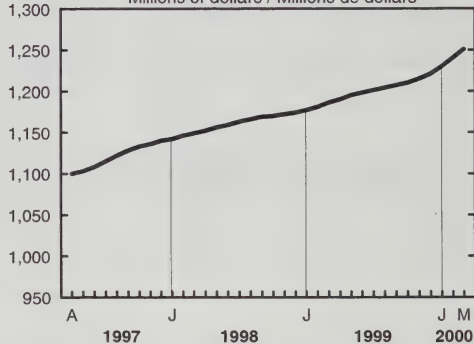
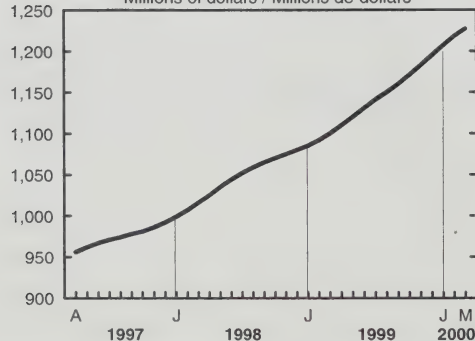
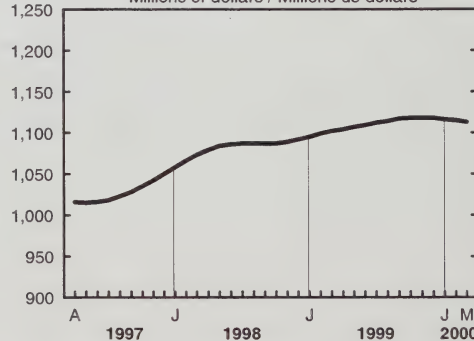
## Retail Sales – Canada

## Canada Ventes au détail – Canada



<sup>1</sup> Trends represent smoothed seasonally adjusted data.

<sup>1</sup> Les tendances représentent les données désaisonnalisées lissées.

**Retail Sales Trends<sup>1</sup> – Canada,  
By Major Group**
**Tendances<sup>1</sup> des ventes au détail – Canada,  
par groupe principal**
**Automotive / Véhicules automobiles**  
Millions of dollars / Millions de dollars

**Food / Aliments**  
Millions of dollars / Millions de dollars

**General Merchandise / Marchandises diverses**  
Millions of dollars / Millions de dollars

**Clothing / Vêtements**  
Millions of dollars / Millions de dollars

**Furniture / Meubles**  
Millions of dollars / Millions de dollars

**Drug / Pharmacies**  
Millions of dollars / Millions de dollars

<sup>1</sup> Trends represent smoothed seasonally adjusted data.

<sup>1</sup> Les tendances représentent les données désaisonnalisées lissées.

**For Further Reading**

Selected Publications from Statistics Canada

**Lectures suggérées**

Choisies parmi les publications de Statistique Canada

Title	Catalogue	Titre
New Motor Vehicle Sales, Monthly, Bilingual	<b>63-007-XIB</b>	Ventes de véhicules automobiles neufs, mensuel, bilingue
Wholesale Trade, Monthly, Bilingual	<b>63-008-XIB</b>	Commerce de gros, mensuel, bilingue
Retail Chain and Department Stores, Annual, Bilingual	<b>63-210-XIB</b>	Magasins de détail à succursales et les grands magasins, annuel, bilingue
Wholesaling and Retailing Canada, Annual, Bilingual	<b>63-236-XIB</b>	Les commerces de gros et de détail au Canada, annuel, bilingue
Market Research Handbook, Annual, Bilingual	<b>63-224-XPB</b>	Recueil statistique des études de marché, annuel, bilingue

To order a publication you may telephone 1 (613) 951-7277 or use facsimile number 1 (613) 951-1584. For toll free in Canada only telephone 1 800 267-6677. When ordering by telephone or facsimile a written confirmation is not required.

Pour obtenir une publication veuillez téléphoner au 1 (613) 951-7277 ou utiliser le numéro du télécopieur 1 (613) 951-1584. Pour appeler sans frais, au Canada, composez le 1 800 267-6677. Il n'est pas nécessaire de nous faire parvenir une confirmation pour une commande faite par téléphone ou télécopieur.





**Statistical  
Tables**

---

**Tableaux  
statistiques**

---

Table 1

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Current Periods)**

	Sales					Change from previous month	
	Ventes					Variation par rapport au mois précédent	
	March 2000 Mars	February 2000 Février	January 2000 Janvier	December 1999 Décembre	Year-to-date 2000 Cumulatif	March 2000 Mars	February 2000 Février
	Millions of dollars – Millions de dollars					Per cent – Pourcentage	
<b>Trade Group - Canada</b>							
Supermarkets and grocery stores	4,620.2	4,600.6	4,492.7	4,663.7	13,713.5	0.4	2.4
All other food stores	373.9	372.2	370.3	374.4	1,116.4	0.5	0.5
Drugs and patent medicine stores	1,108.4	1,109.5	1,120.5	1,117.5	3,338.4	-0.1	-1.0
Shoe stores	147.7	138.8	138.3	136.5	424.8	6.4	0.4
Men's clothing stores	131.2	130.4	128.3	128.0	389.9	0.6	1.6
Women's clothing stores	392.9	379.4	387.6	380.3	1,159.9	3.6	-2.1
Other clothing stores	591.5	579.1	585.8	562.3	1,756.4	2.1	-1.1
Household furniture and appliance stores	1,007.8	985.8	996.9	970.9	2,990.5	2.2	-1.1
Household furnishings stores	226.9	228.5	225.1	222.1	680.5	-0.7	1.5
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	6,138.0	5,831.9	6,162.3	6,107.6	18,132.2	5.2	-5.4
Gasoline service stations	1,815.5	1,786.7	1,674.4	1,690.9	5,276.6	1.6	6.7
Automotive parts, accessories and services	1,320.1	1,271.9	1,278.8	1,312.0	3,870.8	3.8	-0.5
General merchandise stores	2,533.5	2,544.3	2,597.1	2,482.0	7,674.9	-0.4	-2.0
Other semi-durable goods stores	721.0	704.3	745.3	684.6	2,170.6	2.4	-5.5
Other durable goods stores	610.9	615.6	608.5	596.1	1,835.0	-0.8	1.2
Other retail stores	1,086.6	1,079.0	1,066.4	1,089.2	3,232.0	0.7	1.2
<b>Total, all stores</b>	<b>22,826.0</b>	<b>22,358.0</b>	<b>22,578.4</b>	<b>22,518.2</b>	<b>67,762.4</b>	<b>2.1</b>	<b>-1.0</b>
<b>Regions</b>							
Newfoundland	370.8	361.3	364.7	360.0	1,096.8	2.6	-0.9
Prince Edward Island	100.5	101.8	99.6	101.8	301.9	-1.3	2.2
Nova Scotia	708.4	698.4	674.7	704.7	2,081.5	1.4	3.5
New Brunswick	582.9	554.8	568.1	570.9	1,705.8	5.1	-2.3
Quebec	5,305.6	5,127.5	5,248.4	5,199.4	15,681.5	3.5	-2.3
Ontario	8,693.0	8,519.8	8,624.2	8,548.3	25,837.0	2.0	-1.2
Manitoba	783.5	777.4	770.9	778.0	2,331.8	0.8	0.8
Saskatchewan	678.3	666.8	667.7	673.5	2,012.8	1.7	-0.1
Alberta	2,609.8	2,571.2	2,584.2	2,577.4	7,765.2	1.5	-0.5
British Columbia	2,914.9	2,903.5	2,900.5	2,928.4	8,718.9	0.4	0.1
Yukon	29.2	28.5	27.9	28.5	85.6	2.5	2.2
Nunavut	15.6	14.8	15.0	14.5	45.4	5.4	-1.3
Northwest Territories	33.6	32.4	32.4	32.8	98.4	3.7	

Tableau 1

**Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(périodes courantes)**

Change from previous month Variation par rapport au mois précédent		Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					
January 2000 Janvier	December 1999 Décembre	March 2000 Mars	February 2000 Février	January 2000 Janvier	December 1999 Décembre	Year-to-date 2000 Cumulatif	
Per cent – Pourcentage							
<b>Groupe de commerce - Canada</b>							
-3.7	1.9	2.4	2.7	-0.2	4.7	1.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries
-1.1	0.9	1.1	3.2	3.0	4.9	2.4	Tous les autres magasins d'alimentation
0.3	-1.2	-0.1	-0.3	1.9	4.3	0.5	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
1.3	6.6	5.3	2.2	-0.3	-2.6	2.4	Magasins de chaussures
0.2	-0.9	1.5	2.1	1.7	-1.0	1.8	Magasins de vêtements pour hommes
1.9	-0.7	4.8	0.5	3.7	4.7	3.0	Magasins de vêtements pour femmes
4.2	0.8	7.5	5.6	10.6	7.3	7.9	Autres magasins de vêtements
2.7	2.7	13.2	11.3	13.5	10.5	12.6	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
1.4	-3.3	9.5	10.4	10.0	6.4	10.0	Magasins d'accessoires d'ameublement
0.9	3.9	6.9	1.6	11.7	13.2	6.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
-1.0	3.8	32.4	36.0	25.1	27.6	31.1	Stations-service
-2.5	2.8	8.2	6.1	2.2	8.0	5.5	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
4.6	1.5	3.8	4.6	5.4	4.5	4.6	Magasins de marchandises diverses
8.9	-3.6	0.8	1.5	6.4	-1.1	2.9	Autres magasins de produits semi-durables
2.1	1.3	2.3	4.6	2.6	3.5	3.2	Autres magasins de produits durables
-2.1	1.1	5.7	5.3	4.1	10.4	5.1	Autres magasins de vente au détail
<b>0.3</b>	<b>2.1</b>	<b>6.7</b>	<b>5.3</b>	<b>7.0</b>	<b>8.8</b>	<b>6.3</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Régions</b>							
1.3	0.3	3.9	5.0	7.2	9.3	5.3	Terre-Neuve
-2.2	1.7	8.6	13.9	7.0	17.7	9.8	Île-du-Prince-Édouard
-4.3	1.8	5.9	5.1	0.7	7.2	3.9	Nouvelle-Écosse
-0.5	1.7	8.5	3.6	7.7	14.0	6.6	Nouveau-Brunswick
0.9	1.9	4.6	2.2	5.4	7.8	4.1	Québec
0.9	1.5	7.9	6.5	9.2	9.8	7.8	Ontario
-0.9	3.0	3.8	4.2	2.9	6.2	3.6	Manitoba
-0.9	2.4	7.2	6.4	5.2	7.3	6.3	Saskatchewan
0.3	3.0	9.2	8.1	9.4	10.1	8.9	Alberta
-1.0	3.8	5.6	5.4	4.6	7.0	5.2	Colombie-Britannique
-2.1	3.6	9.4	0.4	6.5	9.6	5.3	Yukon
3.4	-2.0	8.3	9.6	4.2		7.3	Nunavut
-1.2	5.1	5.7	5.5	4.5		5.2	Territoires du Nord Ouest

Table 2

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Current Periods)**

	Sales Ventes				
	March 2000 Mars	February 2000 Février	January 2000 Janvier	December 1999 Décembre	Year-to-date 2000 Cumulatif
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Trade Group - Canada</b>					
Supermarkets and grocery stores	4,593.4	4,181.9	4,313.4	5,077.3	13,088.7
All other food stores	357.3	332.6	321.0	473.0	1,010.9
Drugs and patent medicine stores	1,103.4	1,043.4	1,070.6	1,415.9	3,217.4
Shoe stores	119.7	83.3	105.5	178.1	308.5
Men's clothing stores	101.3	83.9	98.7	261.0	283.9
Women's clothing stores	334.8	264.1	276.1	612.4	875.0
Other clothing stores	512.0	394.2	424.8	969.1	1,331.0
Household furniture and appliance stores	910.2	791.8	828.9	1,454.4	2,530.9
Household furnishings stores	211.4	185.6	171.3	281.9	568.3
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	6,578.2	4,854.5	4,648.2	5,371.1	16,080.9
Gasoline service stations	1,748.4	1,579.4	1,525.5	1,698.2	4,853.3
Automotive parts, accessories and services	1,196.3	985.7	1,050.7	1,461.4	3,232.7
General merchandise stores	2,217.8	1,886.2	1,929.0	4,147.0	6,033.0
Other semi-durable goods stores	561.3	503.7	537.8	1,064.1	1,602.8
Other durable goods stores	496.6	455.8	485.8	1,127.6	1,438.2
Other retail stores	966.3	837.9	811.2	1,558.8	2,615.4
<b>Total, all stores</b>	<b>22,008.3</b>	<b>18,463.9</b>	<b>18,598.5</b>	<b>27,151.3</b>	<b>59,070.7</b>
<b>Regions</b>					
Newfoundland	355.1	285.5	280.8	435.7	921.4
Prince Edward Island	86.7	78.0	75.4	121.2	240.1
Nova Scotia	665.8	577.2	552.7	857.9	1,795.7
New Brunswick	546.8	444.5	443.4	683.1	1,434.7
Quebec	5,186.2	4,184.5	4,250.7	5,883.1	13,621.4
Ontario	8,322.9	7,013.7	7,055.5	10,609.3	22,392.1
Manitoba	765.0	648.6	641.8	963.3	2,055.4
Saskatchewan	635.1	548.6	564.5	819.7	1,748.2
Alberta	2,531.0	2,124.4	2,179.4	3,167.7	6,834.8
British Columbia	2,836.1	2,496.7	2,492.4	3,524.4	7,825.2
Yukon	27.0	21.2	21.6	31.3	69.8
Nunavut	15.6	13.1	13.0	17.3	41.7
Northwest Territories	34.9	28.0	27.3	37.4	90.2



Tableau 2

**Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(périodes courantes)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					
March 2000 Mars	February 2000 Février	January 2000 Janvier	December 1999 Décembre	Year-to-date 2000 Cumulatif	
Per cent – Pourcentage					
					<b>Groupe de commerce - Canada</b>
7.3	5.6	-3.9	7.1	2.8	Supermarchés d'alimentation et épiceries
2.8	5.4	0.2	6.7	2.8	Tous les autres magasins d'alimentation
1.3	2.8	0.7	5.5	1.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
10.3	3.3	-2.9	0.7	3.6	Magasins de chaussures
6.0	5.3	-0.1	-0.5	3.6	Magasins de vêtements pour hommes
8.6	4.3	0.3	4.9	4.6	Magasins de vêtements pour femmes
11.1	8.9	8.9	8.6	9.7	Autres magasins de vêtements
15.0	15.7	12.4	11.3	14.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
9.5	15.5	8.8	6.8	11.2	Magasins d'accessoires d'ameublement
7.9	6.5	10.3	13.5	8.2	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
34.5	38.9	24.4	29.8	32.5	Stations-service
9.9	9.9	1.2	8.3	6.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
5.0	8.1	6.0	4.9	6.3	Magasins de marchandises diverses
1.0	4.9	5.9	-0.9	3.8	Autres magasins de produits semi-durables
5.6	8.0	2.5	5.4	5.3	Autres magasins de produits durables
11.0	6.8	0.4	14.1	6.2	Autres magasins de vente au détail
<b>9.1</b>	<b>9.0</b>	<b>4.9</b>	<b>9.2</b>	<b>7.7</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
					<b>Régions</b>
7.9	8.9	4.5	8.9	7.2	Terre-Neuve
9.3	19.3	4.7	16.7	10.8	Île-du-Prince-Édouard
8.6	8.9	-0.7	8.0	5.7	Nouvelle-Écosse
10.9	7.6	5.3	14.1	8.1	Nouveau-Brunswick
8.4	6.3	3.4	7.8	6.1	Québec
10.2	9.9	6.7	10.4	9.0	Ontario
6.9	7.7	0.8	7.2	5.2	Manitoba
8.5	9.5	3.1	7.9	7.0	Saskatchewan
10.6	11.7	8.0	10.3	10.1	Alberta
6.6	9.4	3.0	7.0	6.3	Colombie-Britannique
9.8	2.9	5.9	11.0	6.4	Yukon
9.1	9.2	4.8		7.8	Nunavut
11.1	8.9	3.4		8.0	Territoires du Nord Ouest

Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Canada</b>					
Supermarkets and grocery stores	13,088.7	14,006.9	14,037.0	13,725.9	12,730.5
All other food stores	1,010.9	1,187.7	1,101.6	1,116.3	983.4
Drugs and patent medicine stores	3,217.4	3,647.6	3,279.8	3,240.7	3,166.7
Shoe stores	308.4	475.3	405.0	447.5	297.8
Men's clothing stores	283.9	553.4	343.1	365.7	274.0
Women's clothing stores	875.0	1,423.0	1,105.3	1,139.7	836.8
Other clothing stores	1,331.0	2,201.2	1,715.0	1,537.5	1,213.2
Household furniture and appliance stores	2,530.9	3,511.1	2,847.2	2,510.8	2,213.0
Household furnishings stores	568.3	775.6	667.1	618.2	511.2
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	16,080.9	16,310.7	18,351.2	19,848.3	14,866.1
Gasoline service stations	4,853.4	4,927.6	4,985.5	4,423.7	3,663.5
Automotive parts, accessories and services	3,232.7	4,148.3	3,802.0	3,963.9	3,024.2
General merchandise stores	6,032.9	9,791.5	7,397.1	7,124.0	5,676.9
Other semi-durable goods stores	1,602.8	2,516.1	2,232.7	2,200.0	1,544.0
Other durable goods stores	1,438.2	2,218.6	1,788.8	1,686.6	1,366.2
Other retail stores	2,615.4	3,629.0	3,373.7	3,155.4	2,463.1
<b>Total, all stores</b>	<b>59,070.7</b>	<b>71,323.6</b>	<b>67,432.1</b>	<b>67,104.3</b>	<b>54,830.7</b>
<b>Newfoundland</b>					
Supermarkets and grocery stores	256.8	276.3	284.9	281.2	254.7
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	58.4	68.0	58.6	59.2	56.6
Shoe stores	2.6	4.6	3.9	3.6	2.5
Men's clothing stores	2.0	7.6	3.6	3.7	2.7
Women's clothing stores	8.6	21.8	13.6	13.4	9.2
Other clothing stores	11.2	27.0	16.8	12.8	10.7
Household furniture and appliance stores	26.5	46.9	34.3	29.4	24.2
Household furnishings stores	1.6	2.6	2.4	1.9	1.5
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	243.6	214.2	280.9	323.7	205.7
Gasoline service stations	86.1	95.6	104.7	91.9	77.7
Automotive parts, accessories and services	44.8	68.0	54.2	57.1	41.0
General merchandise stores	113.7	221.9	151.3	136.7	110.3
Other semi-durable goods stores	14.2	29.9	23.4	22.5	14.4
Other durable goods stores	9.3	20.1	13.1	10.9	7.4
Other retail stores	31.7	47.2	40.6	36.4	30.7
<b>Total, all stores</b>	<b>921.4</b>	<b>1,165.0</b>	<b>1,100.0</b>	<b>1,098.1</b>	<b>859.8</b>

Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	
Per cent – Pourcentage					
<b>Canada</b>					
2.8	3.1	2.5	1.4	1.7	Supermarchés d'alimentation et épiceries
2.8	3.3	1.0	0.4	1.9	Tous les autres magasins d'alimentation
1.6	4.3	2.4	1.1	4.2	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
3.6	-1.3	-5.0	-3.2	-0.8	Magasins de chaussures
3.6	-1.3	-1.3	-4.6	-5.6	Magasins de vêtements pour hommes
4.6	4.6	1.0	0.8	2.0	Magasins de vêtements pour femmes
9.7	5.4	5.7	8.7	7.0	Autres magasins de vêtements
14.4	11.3	9.4	8.9	8.3	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
11.2	7.8	6.4	4.6	4.0	Magasins d'accessoires d'ameublement
8.2	9.9	10.5	2.7	8.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
32.5	23.5	15.9	7.1	-2.7	Stations-service
6.9	5.4	3.7	2.9	5.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
6.3	5.0	10.6	7.1	7.3	Magasins de marchandises diverses
3.8	0.3	5.6	4.0	4.3	Autres magasins de produits semi-durables
5.3	3.1	2.7	3.3	11.6	Autres magasins de produits durables
6.2	9.7	7.6	8.1	6.5	Autres magasins de vente au détail
<b>7.7</b>	<b>7.0</b>	<b>7.1</b>	<b>3.6</b>	<b>5.0</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Terre-Neuve</b>					
0.8	-1.0	1.7	1.5	0.8	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
3.2	2.7	6.0	2.4	-0.7	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
4.0	-	5.4	-2.7	4.2	Magasins de chaussures
-25.9	-3.8	-14.3	-22.9	-3.6	Magasins de vêtements pour hommes
-6.5	1.9	2.3	6.3	7.0	Magasins de vêtements pour femmes
4.7	9.3	3.1	4.1	21.6	Autres magasins de vêtements
9.5	7.3	15.5	25.1	30.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
6.7	-7.1	9.1	-5.0	-	Magasins d'accessoires d'ameublement
18.4	20.1	16.2	11.5	17.4	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
10.8	4.5	6.9	3.1	-2.3	Stations-service
9.3	10.2	6.1	15.8	11.7	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
3.1	5.7	10.9	7.4	7.8	Magasins de marchandises diverses
-1.4	4.9	4.5	11.4	10.8	Autres magasins de produits semi-durables
25.7	14.9	8.3	14.7	13.8	Autres magasins de produits durables
3.3	9.0	4.6	0.8	7.7	Autres magasins de vente au détail
<b>7.2</b>	<b>6.6</b>	<b>8.2</b>	<b>7.0</b>	<b>7.1</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Prince Edward Island</b>					
Supermarkets and grocery stores	68.3	74.4	81.1	73.7	64.0
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	16.6	19.6	18.2	17.2	16.5
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	x	x	x	x	x
Other clothing stores	4.5	10.1	9.7	6.2	4.6
Household furniture and appliance stores	6.8	9.9	7.9	7.4	6.5
Household furnishings store	2.9	5.3	4.9	3.9	3.0
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	48.1	56.7	62.2	66.1	43.0
Gasoline service stations	30.8	34.1	42.0	31.2	23.1
Automotive parts, accessories and services	14.1	20.4	19.4	20.6	13.1
General merchandise stores	18.8	37.2	28.6	22.6	16.1
Other semi-durable goods stores	8.2	12.8	18.2	12.7	7.4
Other durable goods stores	3.5	7.3	6.9	5.0	3.0
Other retail stores	9.6	13.7	17.6	13.4	8.8
<b>Total, all stores</b>	<b>240.1</b>	<b>316.1</b>	<b>331.8</b>	<b>292.0</b>	<b>216.7</b>
<b>Nova Scotia</b>					
Supermarkets and grocery stores	488.3	516.5	515.3	496.2	464.7
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patient medicine stores	127.1	147.7	131.5	126.1	125.1
Shoe stores	4.3	7.8	6.8	6.8	4.7
Men's clothing stores	3.3	8.4	4.7	4.8	3.5
Women's clothing stores	20.9	41.5	29.2	32.0	23.6
Other clothing stores	28.3	59.6	41.3	31.9	25.9
Household furniture and appliance stores	57.8	84.3	62.1	51.5	46.3
Household furnishings store	8.5	15.6	15.5	14.1	11.3
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	450.2	426.4	510.0	601.7	434.8
Gasoline service stations	168.4	191.9	202.3	181.5	135.6
Automotive parts, accessories and services	89.6	129.1	111.7	112.7	83.7
General merchandise stores	170.7	330.8	220.3	208.5	164.8
Other semi-durable goods stores	45.7	86.3	69.4	60.3	44.5
Other durable goods stores	33.7	60.8	44.8	38.9	31.2
Other retail stores	82.4	121.8	120.3	108.2	80.8
<b>Total, all stores</b>	<b>1,795.7</b>	<b>2,251.4</b>	<b>2,109.7</b>	<b>2,099.2</b>	<b>1,699.2</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	
Per cent – Pourcentage					
<b>Île-du-Prince-Édouard</b>					
6.7	14.6	14.5	16.1	11.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
0.6	-	-1.1	-2.8	-2.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour femmes
-2.2	4.1	10.2	21.6	17.9	Autres magasins de vêtements
4.6	12.5	23.4	19.4	16.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
-3.3	15.2	-	-2.5	25.0	Magasins d'accessoires d'ameublement
11.9	27.1	11.1	-5.7	1.2	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
33.3	25.8	21.0	5.8	-13.5	Stations-service
7.6	6.8	6.6	9.6	13.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
16.8	17.7	26.0	5.6	-4.2	Magasins de marchandises diverses
10.8	2.4	4.0	6.7	1.4	Autres magasins de produits semi-durables
16.7	19.7	25.5	28.2	15.4	Autres magasins de produits durables
9.1	1.5	8.6	10.7	6.0	Autres magasins de vente au détail
<b>10.8</b>	<b>14.4</b>	<b>12.9</b>	<b>6.2</b>	<b>4.0</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Nouvelle-Écosse</b>					
5.1	5.9	4.3	5.8	4.5	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
1.6	5.6	1.2	-0.2	-1.3	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-8.5	-	-1.4	-5.6	-	Magasins de chaussures
-5.7	3.7	6.8	-2.0	-5.4	Magasins de vêtements pour hommes
-11.4	-7.2	-9.9	10.3	18.0	Magasins de vêtements pour femmes
9.3	7.6	7.8	11.1	12.1	Autres magasins de vêtements
24.8	23.1	20.8	18.1	14.0	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
-24.8	2.6	50.5	60.2	44.9	Magasins d'accessoires d'ameublement
3.5	-1.1	3.0	0.0	3.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
24.2	27.6	23.1	24.1	3.4	Stations-service
7.0	3.8	1.5	-0.4	5.7	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
3.6	6.2	11.1	9.7	10.0	Magasins de marchandises diverses
2.7	9.2	0.9	-8.6	5.7	Autres magasins de produits semi-durables
8.0	5.9	5.7	2.4	17.7	Autres magasins de produits durables
2.0	7.8	6.7	9.2	6.5	Autres magasins de vente au détail
<b>5.7</b>	<b>6.3</b>	<b>6.4</b>	<b>5.2</b>	<b>5.3</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>New Brunswick</b>					
Supermarkets and grocery stores	392.4	428.7	423.3	396.3	358.9
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	86.0	97.4	85.2	82.8	78.6
Shoe stores	4.4	7.4	6.7	6.6	4.1
Men's clothing stores	4.4	10.4	6.2	5.9	4.8
Women's clothing stores	15.1	30.5	20.8	21.1	14.4
Other clothing stores	23.5	47.9	33.8	27.5	21.6
Household furniture and appliance stores	40.6	63.9	48.9	40.1	37.1
Household furnishings stores	10.9	17.7	14.5	12.3	9.3
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	377.5	383.8	483.9	560.5	363.2
Gasoline service stations	141.7	159.1	168.8	142.2	120.0
Automotive parts, accessories and services	78.9	113.8	96.9	97.4	66.8
General merchandise stores	138.3	262.3	179.3	167.4	129.3
Other semi-durable goods stores	38.1	57.6	51.7	50.3	37.4
Other durable goods stores	20.9	42.1	28.9	25.4	18.6
Other retail stores	53.2	78.0	79.5	68.0	49.7
<b>Total, all stores</b>	<b>1,434.7</b>	<b>1,813.2</b>	<b>1,745.4</b>	<b>1,721.9</b>	<b>1,327.1</b>
<b>Quebec</b>					
Supermarkets and grocery stores	3,366.8	3,599.9	3,664.8	3,615.4	3,352.8
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	702.4	749.3	680.8	676.1	673.2
Shoe stores	94.4	170.7	133.8	155.2	88.7
Men's clothing stores	55.3	111.0	71.3	86.7	61.1
Women's clothing stores	226.3	371.6	296.3	318.8	219.6
Other clothing stores	332.1	517.1	440.2	428.9	303.0
Household furniture and appliance stores	624.0	891.4	774.4	697.6	543.6
Household furnishings stores	97.4	139.7	123.1	124.3	93.7
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	3,781.3	3,726.0	4,480.8	5,077.2	3,597.2
Gasoline service stations	1,054.5	1,058.9	1,025.4	911.8	779.2
Automotive parts, accessories and services	782.1	1,042.6	926.7	1,011.4	726.0
General merchandise stores	1,184.7	1,818.5	1,429.4	1,446.9	1,121.3
Other semi-durable goods stores	308.7	444.9	448.8	460.4	299.9
Other durable goods stores	300.6	425.7	363.8	370.6	292.1
Other retail stores	393.3	592.9	503.0	519.1	377.3
<b>Total, all stores</b>	<b>13,621.4</b>	<b>16,007.3</b>	<b>15,687.5</b>	<b>16,238.2</b>	<b>12,833.2</b>

Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	
Per cent - Pourcentage					
<b>Nouveau-Brunswick</b>					
9.3	9.4	8.8	5.4	4.0	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
9.4	6.4	3.5	2.6	0.5	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
7.3	-	11.7	15.8	13.9	Magasins de chaussures
-8.3	-8.8	-1.6	-	11.6	Magasins de vêtements pour hommes
4.9	6.6	3.5	7.7	7.5	Magasins de vêtements pour femmes
8.8	8.4	3.4	7.4	10.8	Autres magasins de vêtements
9.4	10.0	15.9	4.4	13.8	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
17.2	21.2	12.4	5.1	10.7	Magasins d'accessoires d'ameublement
3.9	27.7	20.2	11.1	16.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
18.1	15.5	11.7	7.6	-5.0	Stations-service
18.1	5.0	-0.4	-5.0	-2.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
7.0	6.5	8.5	5.2	4.9	Magasins de marchandises diverses
1.9	2.7	8.6	6.8	36.0	Autres magasins de produits semi-durables
12.4	10.5	7.8	7.2	10.1	Autres magasins de produits durables
7.0	8.6	8.0	7.6	11.7	Autres magasins de vente au détail
<b>8.1</b>	<b>11.8</b>	<b>10.9</b>	<b>6.8</b>	<b>7.5</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Québec</b>					
0.4	2.7	4.8	5.6	4.7	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
4.3	2.6	-4.9	-7.4	-3.5	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
6.4	0.4	-5.4	-5.0	-2.0	Magasins de chaussures
-9.5	-8.2	-8.6	-7.6	1.0	Magasins de vêtements pour hommes
3.1	4.2	-3.7	-4.1	-4.3	Magasins de vêtements pour femmes
9.6	5.0	1.4	5.7	7.4	Autres magasins de vêtements
14.8	11.1	9.3	9.9	12.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
3.9	2.9	-2.1	-2.3	10.9	Magasins d'accessoires d'ameublement
5.1	5.7	12.7	8.6	16.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
35.3	28.7	20.9	13.6	2.1	Stations-service
7.7	6.6	6.5	3.1	-1.6	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
5.7	4.4	8.1	6.6	6.7	Magasins de marchandises diverses
2.9	-6.9	-6.4	-7.2	-8.3	Autres magasins de produits semi-durables
2.9	-0.4	3.1	7.6	22.1	Autres magasins de produits durables
4.2	15.4	12.8	9.5	14.6	Autres magasins de vente au détail
<b>6.1</b>	<b>5.7</b>	<b>7.1</b>	<b>5.5</b>	<b>7.1</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Ontario</b>					
Supermarkets and grocery stores	4,111.9	4,371.1	4,371.4	4,317.7	4,015.4
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	1,311.9	1,494.5	1,379.6	1,375.6	1,327.9
Shoe stores	119.2	173.5	151.1	170.5	119.8
Men's clothing stores	128.4	248.1	152.0	157.1	115.1
Women's clothing stores	361.0	590.7	438.6	460.3	336.9
Other clothing stores	520.9	895.0	651.5	586.6	472.2
Household furniture and appliance stores	953.5	1,283.3	1,043.6	905.5	802.2
Household furnishings stores	252.9	341.6	284.2	255.9	210.8
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	6,197.6	6,541.9	7,204.1	7,614.8	5,661.2
Gasoline service stations	1,900.0	1,878.4	1,821.4	1,641.2	1,382.1
Automotive parts, accessories and services	1,251.0	1,603.4	1,457.4	1,524.8	1,172.8
General merchandise stores	2,386.2	3,956.7	2,944.3	2,821.7	2,224.5
Other semi-durable goods stores	718.5	1,158.3	1,013.6	968.5	674.4
Other durable goods stores	571.3	918.9	716.0	672.1	531.8
Other retail stores	1,159.5	1,606.0	1,517.0	1,382.1	1,074.2
<b>Total, all stores</b>	<b>22,392.2</b>	<b>27,604.6</b>	<b>25,642.3</b>	<b>25,353.4</b>	<b>20,549.5</b>
<b>Manitoba</b>					
Supermarkets and grocery stores	527.7	559.0	546.1	532.0	489.5
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	72.6	80.9	70.4	68.9	69.8
Shoe stores	9.0	13.4	11.0	12.3	8.9
Men's clothing stores	7.9	17.1	10.4	11.4	7.9
Women's clothing stores	22.4	36.5	29.6	29.8	21.9
Other clothing stores	39.2	66.8	51.2	45.3	37.4
Household furniture and appliance stores	76.8	106.5	85.4	74.5	71.7
Household furnishings stores	15.1	18.0	16.7	15.2	11.8
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	590.8	618.6	676.6	701.1	598.5
Gasoline service stations	179.8	184.6	186.4	167.5	143.0
Automotive parts, accessories and services	96.3	123.0	111.8	124.0	100.5
General merchandise stores	235.0	379.8	284.8	279.0	223.6
Other semi-durable goods stores	42.4	75.3	55.2	54.8	42.2
Other durable goods stores	45.0	66.4	54.7	54.7	40.8
Other retail stores	78.5	111.4	102.0	95.1	72.5
<b>Total, all stores</b>	<b>2,055.4</b>	<b>2,478.7</b>	<b>2,308.9</b>	<b>2,281.5</b>	<b>1,954.4</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	
Per cent – Pourcentage					
<b>Ontario</b>					
2.4	2.1	0.5	-1.9	-0.8	Supermarchés d'alimentation et épicerie
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
-1.2	3.0	3.7	4.9	9.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-0.5	-3.1	-6.8	-2.0	1.4	Magasins de chaussures
11.6	3.2	2.0	-1.8	-4.8	Magasins de vêtements pour hommes
7.2	6.4	2.8	4.4	4.3	Magasins de vêtements pour femmes
10.3	8.2	12.3	17.2	8.7	Autres magasins de vêtements
18.9	14.5	11.3	10.5	6.6	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
20.0	11.1	8.5	8.3	0.4	Magasins d'accessoires d'ameublement
9.5	14.0	15.3	3.4	11.4	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
37.5	25.1	16.9	8.9	2.4	Stations-service
6.7	6.4	3.3	3.6	10.3	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
7.3	5.7	12.8	8.9	9.5	Magasins de marchandises diverses
6.5	3.4	13.9	10.6	9.0	Autres magasins de produits semi-durables
7.4	4.2	4.0	4.3	11.9	Autres magasins de produits durables
7.9	10.0	7.3	9.7	5.0	Autres magasins de vente au détail
<b>9.0</b>	<b>8.6</b>	<b>9.2</b>	<b>4.6</b>	<b>6.6</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Manitoba</b>					
7.8	4.2	2.1	-0.4	-1.4	Supermarchés d'alimentation et épicerie
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
4.0	6.3	1.4	1.6	3.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
1.1	-13.5	-12.0	-3.9	-1.1	Magasins de chaussures
-	0.6	11.8	0.9	1.3	Magasins de vêtements pour hommes
2.3	6.1	8.8	8.8	9.0	Magasins de vêtements pour femmes
4.8	-0.7	6.0	4.4	4.2	Autres magasins de vêtements
7.1	3.2	6.5	4.2	4.2	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
28.0	24.1	26.5	19.7	11.3	Magasins d'accessoires d'ameublement
-1.3	-2.0	0.7	-6.1	5.3	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
25.7	27.8	19.3	10.3	7.7	Stations-service
-4.2	-0.1	-5.3	3.6	14.7	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
5.1	1.9	7.9	4.5	4.9	Magasins de marchandises diverses
0.5	0.9	13.3	9.4	7.7	Autres magasins de produits semi-durables
10.3	7.6	4.8	0.2	3.8	Autres magasins de produits durables
8.3	7.3	12.6	9.2	6.9	Autres magasins de vente au détail
<b>5.2</b>	<b>3.4</b>	<b>4.2</b>	<b>0.2</b>	<b>3.9</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Saskatchewan</b>					
Supermarkets and grocery stores	426.1	468.9	480.9	469.8	427.1
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	89.4	100.9	94.0	92.2	93.2
Shoe stores	5.3	6.3	5.4	6.2	4.6
Men's clothing stores	6.1	12.0	7.6	8.2	6.5
Women's clothing stores	20.5	31.2	24.3	25.9	19.0
Other clothing stores	33.7	58.3	44.6	39.3	31.1
Household furniture and appliance stores	61.6	89.0	61.6	57.5	55.3
Household furnishings stores	16.2	22.2	20.1	18.9	15.5
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	444.4	481.2	499.7	531.0	409.3
Gasoline service stations	162.1	174.3	181.0	153.5	127.2
Automotive parts, accessories and services	113.6	138.3	130.2	128.7	102.7
General merchandise stores	220.3	342.2	261.4	251.5	205.2
Other semi-durable goods stores	36.5	57.3	44.4	49.7	35.6
Other durable goods stores	39.4	66.2	47.8	46.1	35.3
Other retail stores	57.8	80.6	72.5	68.7	54.0
<b>Total, all stores</b>	<b>1,748.2</b>	<b>2,149.3</b>	<b>1,990.0</b>	<b>1,961.5</b>	<b>1,633.7</b>
<b>Alberta</b>					
Supermarkets and grocery stores	1,555.3	1,661.7	1,626.0	1,576.3	1,466.1
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	307.1	362.3	318.8	313.0	302.3
Shoe stores	28.0	37.6	33.6	33.7	25.6
Men's clothing stores	39.0	68.4	42.9	44.8	37.5
Women's clothing stores	89.6	131.3	104.9	103.2	84.3
Other clothing stores	153.3	243.9	202.0	166.2	142.5
Household furniture and appliance stores	334.1	461.2	356.0	308.5	290.1
Household furnishings store	66.5	85.3	74.2	69.8	61.0
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	1,935.0	2,032.9	2,066.4	2,131.0	1,703.6
Gasoline service stations	541.4	544.9	559.3	491.4	403.5
Automotive parts, accessories and services	348.8	437.7	425.7	431.9	330.3
General merchandise stores	699.8	1,109.8	841.6	793.6	654.1
Other semi-durable goods stores	167.7	266.0	210.5	213.1	161.2
Other durable goods stores	166.1	260.4	215.6	196.9	160.7
Other retail stores	364.8	466.5	437.4	418.2	343.0
<b>Total, all stores</b>	<b>6,834.8</b>	<b>8,220.2</b>	<b>7,559.9</b>	<b>7,336.1</b>	<b>6,207.6</b>

Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	
Per cent – Pourcentage					
<b>Saskatchewan</b>					
-0.2	-0.9	-0.8	-1.7	-0.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
-4.1	-4.9	-4.4	-4.9	-3.8	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
15.2	-3.1	-6.9	-13.9	-14.8	Magasins de chaussures
-6.2	-7.7	-6.2	-9.9	-9.7	Magasins de vêtements pour hommes
7.9	2.0	0.8	4.9	-4.5	Magasins de vêtements pour femmes
8.4	4.7	6.7	3.7	11.5	Autres magasins de vêtements
11.4	9.1	3.5	8.3	2.6	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
4.5	7.8	3.1	2.2	-	Magasins d'accessoires d'ameublement
8.6	4.0	1.9	-2.2	-7.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
27.4	26.5	19.5	8.3	1.0	Stations-service
10.6	-0.9	-8.8	1.7	-0.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
7.4	5.0	8.5	5.5	5.0	Magasins de marchandises diverses
2.5	0.5	1.8	0.2	-6.1	Autres magasins de produits semi-durables
11.6	8.0	3.2	1.8	5.7	Autres magasins de produits durables
7.0	6.9	1.5	2.2	2.5	Autres magasins de vente au détail
<b>7.0</b>	<b>4.1</b>	<b>2.4</b>	<b>0.5</b>	<b>-1.7</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Alberta</b>					
6.1	4.3	3.0	2.6	5.2	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
1.6	7.0	10.6	6.4	5.7	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
9.4	1.3	-6.4	-8.4	-3.4	Magasins de chaussures
4.0	-5.4	-1.6	-8.6	-15.5	Magasins de vêtements pour hommes
6.3	3.5	0.6	1.0	10.2	Magasins de vêtements pour femmes
7.6	-1.5	-6.3	-7.9	-2.5	Autres magasins de vêtements
15.2	10.8	11.8	7.5	5.6	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
9.0	-0.4	-1.7	-5.3	-0.5	Magasins d'accessoires d'ameublement
13.6	14.7	7.2	-5.1	-0.2	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
34.2	25.1	15.4	4.5	-5.8	Stations-service
5.6	1.0	2.0	2.1	4.3	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
7.0	4.8	9.4	5.3	7.7	Magasins de marchandises diverses
4.0	4.8	6.2	6.3	9.4	Autres magasins de produits semi-durables
3.4	1.7	1.6	-1.8	4.5	Autres magasins de produits durables
6.4	7.2	6.3	8.7	11.0	Autres magasins de vente au détail
<b>10.1</b>	<b>7.9</b>	<b>6.0</b>	<b>0.6</b>	<b>3.0</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region**  
**(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>British Columbia</b>					
Supermarkets and grocery stores	1,845.8	1,996.1	1,987.4	1,913.6	1,790.4
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	438.1	518.5	435.1	422.0	416.6
Shoe stores	40.2	52.2	50.7	51.0	37.8
Men's clothing stores	36.4	66.5	41.4	41.0	33.5
Women's clothing stores	107.0	160.9	141.6	130.0	104.6
Other clothing stores	181.6	272.2	220.7	189.9	162.3
Household furniture and appliance stores	345.1	469.2	368.3	334.4	332.3
Household furnishings stores	95.3	126.0	110.5	101.2	92.8
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	1,977.4	1,799.6	2,047.2	2,199.6	1,816.6
Gasoline service stations	573.1	591.8	676.6	597.5	459.5
Automotive parts, accessories and services	403.6	458.5	453.3	441.2	377.5
General merchandise stores	810.7	1,267.2	995.8	936.5	776.1
Other semi-durable goods stores	217.1	320.1	289.9	301.0	221.9
Other durable goods stores	244.4	344.5	290.8	260.1	241.7
Other retail stores	375.4	499.5	471.7	435.4	362.9
<b>Total, all stores</b>	<b>7,825.2</b>	<b>9,092.8</b>	<b>8,721.3</b>	<b>8,496.2</b>	<b>7,361.8</b>
<b>Yukon, Northwest Territories and Nunavut</b>					
Supermarkets and grocery stores	49.2	54.1	56.0	53.7	46.9
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	x
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	0.9	1.4	1.2	1.2	0.9
Other clothing stores	x	x	x	x	x
Household furniture and appliance stores	4.1	5.7	4.6	4.3	3.8
Household furnishings stores	1.0	1.4	1.0	0.8	0.5
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	x	x	x	x	x
Gasoline service stations	x	x	x	x	x
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	x
General merchandise stores	54.7	65.0	60.3	59.8	51.7
Other semi-durable goods stores	5.7	7.7	7.7	6.9	4.9
Other durable goods stores	4.0	6.2	6.5	5.8	3.5
Other retail stores	9.2	11.4	12.3	10.6	9.2
<b>Total, all stores</b>	<b>201.6</b>	<b>224.9</b>	<b>235.3</b>	<b>225.9</b>	<b>187.7</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	
Per cent – Pourcentage					
<b>Colombie-Britannique</b>					
3.1	3.9	1.3	-1.1	-1.1	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
5.2	10.6	6.9	1.4	5.7	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
6.3	0.8	1.4	2.4	-2.1	Magasins de chaussures
8.7	2.2	-1.0	-4.4	-9.9	Magasins de vêtements pour hommes
2.3	3.9	6.3	-4.6	-1.2	Magasins de vêtements pour femmes
11.9	5.0	8.8	10.6	8.4	Autres magasins de vêtements
3.9	5.1	1.3	2.7	7.0	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
2.7	7.0	10.5	6.5	4.6	Magasins d'accessoires d'ameublement
8.9	4.0	-0.7	-2.1	1.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
24.7	11.8	6.0	-7.7	-22.1	Stations-service
6.9	7.1	8.4	1.6	3.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
4.5	3.8	10.0	4.4	3.6	Magasins de marchandises diverses
-2.2	-6.5	0.2	3.3	3.3	Autres magasins de produits semi-durables
1.1	2.2	-2.2	-0.9	6.1	Autres magasins de produits durables
3.4	6.8	5.2	3.0	-0.6	Autres magasins de vente au détail
6.3	4.6	3.1	-0.3	-0.2	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Yukon, Territoires du Nord-Ouest et Nunavut</b>					
4.9	9.3	8.1	6.3	3.5	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
x	x	x	x	x	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
-	-6.7	-	-7.7	-	Magasins de vêtements pour femmes
x	x	x	x	x	Autres magasins de vêtements
7.9	11.8	2.2	13.2	-	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
100.0	75.0	11.1	-	-44.4	Magasins d'accessoires d'ameublement
x	x	x	x	x	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
x	x	x	x	x	Stations-service
x	x	x	x	x	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
5.8	7.4	7.7	14.1	5.7	Magasins de marchandises diverses
16.3	1.3	-2.5	-4.2	-	Autres magasins de produits semi-durables
14.3	-4.6	1.6	3.6	-2.8	Autres magasins de produits durables
-	10.7	1.7	-17.8	5.7	Autres magasins de vente au détail
7.4	6.9	7.2	6.0	4.5	<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Yukon</b>					
Supermarkets and grocery stores	22.5	25.4	26.4	25.0	21.8
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	4.0	x	x	x	x
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	x	x	x	x	x
Other clothing stores	x	x	x	x	x
Household furniture and appliance stores	x	x	x	x	x
Household furnishings stores	x	x	x	x	x
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	x	x	x	x	x
Gasoline service stations	x	x	x	x	x
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	x
General merchandise stores	x	x	x	x	x
Other semi-durable goods stores	2.4	3.8	4.6	3.6	2.3
Other durable goods stores	x	x	x	x	x
Other retail stores	x	x	x	x	x
<b>Total, all stores</b>	<b>69.8</b>	<b>81.4</b>	<b>93.9</b>	<b>88.5</b>	<b>65.5</b>
<b>Northwest Territories</b>					
Supermarkets and grocery stores	20.0	21.1	22.2	20.6	18.5
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	x
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	x	x	x	x	x
Other clothing stores	x	x	x	x	x
Household furniture and appliance stores	x	x	x	x	x
Household furnishings stores	x	x	x	x	x
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	19.4	15.7	20.9	19.3	18.1
Gasoline service stations	7.8	6.1	5.4	4.3	6.0
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	x
General merchandise stores	x	x	x	x	x
Other semi-durable goods stores	x	x	x	x	x
Other durable goods stores	1.9	3.1	2.4	2.9	1.8
Other retail stores	x	x	x	x	x
<b>Total, all stores</b>	<b>90.2</b>	<b>97.2</b>	<b>97.5</b>	<b>92.7</b>	<b>83.5</b>

Tableau 3

**Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	
Per cent – Pourcentage					
					<b>Yukon</b>
3.2	5.4	-0.8	2.0	-0.5	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
x	x	x	x	x	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour femmes
x	x	x	x	x	Autres magasins de vêtements
x	x	x	x	x	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
x	x	x	x	x	Magasins d'accessoires d'ameublement
x	x	x	x	x	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
x	x	x	x	x	Stations-service
x	x	x	x	x	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
x	x	x	x	x	Magasins de marchandises diverses
4.3	-	2.2	5.9	-4.2	Autres magasins de produits semi-durables
x	x	x	x	x	Autres magasins de produits durables
x	x	x	x	x	Autres magasins de vente au détail
<b>6.6</b>	<b>5.4</b>	<b>4.8</b>	<b>8.2</b>	<b>3.8</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
					<b>Territoires du Nord-Ouest</b>
8.1					Supermarchés d'alimentation et épiceries
x					Tous les autres magasins d'alimentation
x					Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x					Magasins de chaussures
x					Magasins de vêtements pour hommes
x					Magasins de vêtements pour femmes
x					Autres magasins de vêtements
x					Magasins de meubles et d'appareils ménagers
x					Magasins d'accessoires d'ameublement
7.2					Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
30.0					Stations-service
x					Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
x					Magasins de marchandises diverses
x					Autres magasins de produits semi-durables
5.6					Autres magasins de produits durables
x					Autres magasins de vente au détail
<b>8.0</b>					<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Nunavut</b>					
Supermarkets and grocery stores	6.7	7.7	7.3	8.2	6.6
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	x
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	x	x	x	x	x
Other clothing stores	x	x	x	x	x
Household furniture and appliance stores	x	x	x	x	x
Household furnishings stores	x	x	x	x	x
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	x	x	x	x	x
Gasoline service stations	x	x	x	x	x
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	x
General merchandise stores	x	x	x	x	x
Other semi-durable goods stores	x	x	x	x	x
Other durable goods stores	x	x	x	x	x
Other retail stores	x	x	x	x	x
<b>Total, all stores</b>	<b>41.6</b>	<b>46.3</b>	<b>43.8</b>	<b>44.7</b>	<b>38.7</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	
Per cent – Pourcentage					
1.5					<b>Nunavut</b>
x					Supermarchés d'alimentation et épiceries
x					Tous les autres magasins d'alimentation
					Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x					Magasins de chaussures
x					Magasins de vêtements pour hommes
x					Magasins de vêtements pour femmes
x					Autres magasins de vêtements
x					Magasins de meubles et d'appareils ménagers
x					Magasins d'accessoires d'ameublement
x					Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
x					Stations-service
x					Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
x					Magasins de marchandises diverses
x					Autres magasins de produits semi-durables
x					Autres magasins de produits durables
x					Autres magasins de vente au détail
<b>7.5</b>					<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 4

**Retail Trade Sample Response Fraction and coefficient of Variation  
(Current Periods)**

	Response fraction Fraction de réponse			
	March 2000 Mars	February 2000 Février	January 2000 Janvier	December 1999 Décembre
Per cent – Pourcentage				
<b>Trade Group - Canada</b>				
Supermarkets and grocery stores	93.1	95.4	95.5	96.4
All other food stores	86.1	91.0	87.6	91.9
Drugs and patent medicine stores	90.4	91.5	90.8	92.5
Shoe stores	86.8	88.6	84.8	95.7
Men's clothing stores	91.1	91.9	92.4	92.4
Women's clothing stores	93.0	95.2	92.7	95.2
Other clothing stores	94.2	95.9	96.0	96.0
Household furniture and appliance stores	86.0	93.2	92.1	90.8
Household furnishings stores	83.9	88.7	90.5	93.0
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	94.6	94.8	93.5	95.6
Gasoline service stations	91.4	92.6	93.0	95.2
Automotive parts, accessories and services	90.3	90.9	90.9	95.0
General merchandise stores	98.6	99.1	99.2	99.3
Other semi-durable goods stores	87.1	92.1	92.7	93.9
Other durable goods stores	90.5	90.0	92.2	93.7
Other retail stores	88.8	94.1	94.2	97.0
<b>Total, all stores</b>	<b>92.8</b>	<b>94.4</b>	<b>94.0</b>	<b>95.7</b>
<b>Regions</b>				
Newfoundland	93.3	96.1	96.0	96.0
Prince Edward Island	92.1	94.9	95.0	96.0
Nova Scotia	92.8	95.6	96.4	97.0
New Brunswick	92.5	93.8	93.8	95.7
Quebec	93.3	93.8	92.5	95.2
Ontario	92.7	94.7	95.0	95.7
Manitoba	92.4	94.0	92.3	96.0
Saskatchewan	92.4	93.6	93.5	94.6
Alberta	92.6	94.7	93.5	95.6
British Columbia	92.3	94.3	93.8	96.1
Yukon	90.6	88.2	88.7	90.9
Nunavut	92.5	98.7	93.8	95.6
Northwest Territories	94.5	94.6	95.4	96.1

Tableau 4

**Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation  
(périodes courantes)**

Coefficient of variation Coefficient de variation			
March 2000 Mars	February 2000 Février	January 2000 Janvier	December 1999 Décembre
Per cent – Pourcentage			
Groupe de commerce - Canada			
1.6	1.6	1.6	1.5
6.4	5.8	5.9	6.3
2.2	2.2	2.2	2.0
3.7	5.7	3.5	3.4
4.0	4.2	4.1	3.4
4.2	3.5	3.2	2.5
2.0	2.0	2.0	1.7
3.8	3.9	4.0	4.4
4.5	5.9	4.3	4.0
3.8	3.7	3.5	3.5
2.8	2.8	2.7	2.6
3.0	3.0	2.8	2.4
1.0	1.0	1.0	0.6
4.3	4.0	4.4	3.7
3.7	3.7	4.0	3.6
2.3	2.4	2.4	1.7
1.3	1.1	1.1	0.9
Total, ensemble des magasins			
Régions			
6.0	5.1	4.9	2.7
2.0	1.9	1.7	1.4
4.7	4.9	4.9	3.5
3.6	3.6	3.4	2.6
3.4	3.1	2.6	2.3
2.3	2.1	1.9	1.6
2.5	2.3	2.2	2.1
2.4	2.3	2.2	2.1
2.7	2.5	2.7	2.0
1.8	1.8	1.8	1.4
0.9	0.6	0.6	0.5
-	-	-	-
-	-	-	-

Table 5

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Historical Estimates)**

	March 2000 Mars	February 2000 Février	January 2000 Janvier	December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	October 1999 Octobre	September 1999 Septembre
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Trade Group - Canada</b>							
Supermarkets and grocery stores	4,620.2	4,600.6	4,492.7	4,663.7	4,574.5	4,540.4	4,550.2
All other food stores	373.9	372.2	370.3	374.4	371.1	367.3	366.7
Drugs and patent medicine stores	1,108.4	1,109.5	1,120.5	1,117.5	1,130.7	1,116.3	1,117.4
Shoe stores	147.7	138.8	138.3	136.5	128.0	137.4	129.4
Men's clothing stores	131.2	130.4	128.3	128.0	129.1	131.3	126.3
Women's clothing stores	392.9	379.4	387.6	380.3	383.0	379.8	361.6
Other clothing stores	591.5	579.1	585.8	562.3	557.7	567.1	552.9
Household furniture and appliance stores	1,007.8	985.8	996.9	970.9	945.6	976.4	940.9
Household furnishings stores	226.9	228.5	225.1	222.1	229.6	224.0	215.6
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	6,138.0	5,831.9	6,162.3	6,107.6	5,877.2	5,657.4	6,069.5
Gasoline service stations	1,815.5	1,786.7	1,674.4	1,690.9	1,629.2	1,610.0	1,584.0
Automotive parts, accessories and services	1,320.1	1,271.9	1,278.8	1,312.0	1,276.0	1,249.4	1,259.3
General merchandise stores	2,533.5	2,544.3	2,597.1	2,482.0	2,446.1	2,580.2	2,578.9
Other semi-durable goods stores	721.0	704.3	745.3	684.6	710.1	713.4	708.8
Other durable goods stores	610.9	615.6	608.5	596.1	588.4	594.0	588.3
Other retail stores	1,086.6	1,079.0	1,066.4	1,089.2	1,077.6	1,067.4	1,057.6
<b>Total, all stores</b>	<b>22,826.0</b>	<b>22,358.0</b>	<b>22,578.4</b>	<b>22,518.2</b>	<b>22,053.9</b>	<b>21,911.9</b>	<b>22,207.3</b>
<b>Regions</b>							
Newfoundland	370.8	361.3	364.7	360.0	358.9	354.1	358.6
Prince Edward Island	100.5	101.8	99.6	101.8	100.1	99.5	100.8
Nova Scotia	708.4	698.4	674.7	704.7	692.4	688.2	688.7
New Brunswick	582.9	554.8	568.1	570.9	561.2	555.3	560.1
Quebec	5,305.6	5,127.5	5,248.4	5,199.4	5,104.2	5,057.5	5,124.3
Ontario	8,693.0	8,519.8	8,624.2	8,548.3	8,425.8	8,392.3	8,458.5
Manitoba	783.5	777.4	770.9	778.0	755.5	738.3	775.7
Saskatchewan	678.3	666.8	667.7	673.5	657.7	631.7	657.0
Alberta	2,609.8	2,571.2	2,584.2	2,577.4	2,502.7	2,497.2	2,556.9
British Columbia	2,914.9	2,903.5	2,900.5	2,928.4	2,821.9	2,825.2	2,852.4
Yukon	29.2	28.5	27.9	28.5	27.5	26.4	28.1
Nunavut	15.6	14.8	15.0	14.5	14.8	14.5	14.8
Northwest Territories	33.6	32.4	32.4	32.8	31.2	31.8	31.5



Tableau 5

Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations historiques)

August 1999 Août	July 1999 Juillet	June 1999 Juin	May 1999 Mai	April 1999 Avril	March 1999 Mars	
Millions of dollars – Millions de dollars						
4,553.1	4,537.5	4,525.1	4,538.8	4,520.4	4,512.4	<b>Groupe de commerce - Canada</b>
365.1	362.3	363.4	367.0	361.5	370.0	Supermarchés d'alimentation et épicerie
1,114.1	1,115.3	1,105.1	1,100.4	1,095.9	1,109.1	Tous les autres magasins d'alimentation
						Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
133.0	136.7	129.1	140.1	140.7	140.3	Magasins de chaussures
132.9	128.5	123.2	127.0	126.9	129.2	Magasins de vêtements pour hommes
379.1	376.7	368.6	377.5	371.9	375.0	Magasins de vêtements pour femmes
559.6	571.4	551.8	560.9	554.8	550.0	Autres magasins de vêtements
934.1	935.7	946.4	913.0	864.1	890.6	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
216.6	217.9	206.5	211.3	209.5	207.3	Magasins d'accessoires d'ameublement
6,009.9	5,858.6	5,688.1	5,455.0	5,655.1	5,742.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
1,569.0	1,515.4	1,468.0	1,459.0	1,451.2	1,371.2	Stations-service
1,251.6	1,222.1	1,236.8	1,237.2	1,224.0	1,219.8	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
2,582.6	2,544.4	2,490.4	2,496.0	2,451.8	2,440.7	Magasins de marchandises diverses
727.7	717.8	708.5	710.3	701.9	715.0	Autres magasins de produits semi-durables
587.5	580.9	577.5	583.4	585.7	596.9	Autres magasins de produits durables
1,041.7	1,050.6	1,049.9	1,072.2	1,038.3	1,027.7	Autres magasins de vente au détail
<b>22,157.5</b>	<b>21,871.9</b>	<b>21,538.6</b>	<b>21,349.1</b>	<b>21,353.8</b>	<b>21,397.1</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
351.0	350.1	353.8	352.0	343.3	356.9	<b>Régions</b>
98.2	98.4	97.4	94.1	91.6	92.5	Terre-Neuve
685.2	677.2	691.9	678.3	649.5	669.0	Île-du-Prince-Édouard
568.0	555.1	544.5	551.9	540.6	537.2	Nouvelle-Écosse
5,097.8	5,067.8	5,010.6	5,013.4	5,024.1	5,070.8	Nouveau-Brunswick
8,572.7	8,375.7	8,202.6	8,122.9	8,089.7	8,059.9	Québec
769.1	746.5	737.4	729.4	743.1	755.0	Ontario
659.0	648.9	639.9	635.9	637.1	632.6	Manitoba
2,483.1	2,460.5	2,401.8	2,345.6	2,367.7	2,390.2	Saskatchewan
2,800.1	2,819.0	2,786.2	2,754.1	2,796.8	2,760.2	Alberta
27.4	27.5	27.7	27.5	27.4	26.7	Colombie-Britannique
14.4	14.3	14.6	14.2	15.3	14.4	Yukon
31.5	31.1	30.2	29.8	27.6	31.8	Nunavut
						Territoires du Nord Ouest

Table 6

**Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Historical Estimates)**

	March 2000 Mars	February 2000 Février	January 2000 Janvier	December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	October 1999 Octobre	September 1999 Septembre
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Trade Group - Canada</b>							
Supermarkets and grocery stores	4,593.4	4,181.9	4,313.4	5,077.3	4,305.8	4,623.8	4,540.9
All other food stores	357.3	332.6	321.0	473.0	348.4	366.3	357.2
Drugs and patent medicine stores	1,103.4	1,043.4	1,070.6	1,415.9	1,116.4	1,115.3	1,090.7
Shoe stores	119.7	83.3	105.5	178.1	140.1	157.1	139.3
Men's clothing stores	101.3	83.9	98.7	261.0	156.1	136.4	118.6
Women's clothing stores	334.8	264.1	276.1	612.4	410.9	399.7	374.1
Other clothing stores	512.0	394.2	424.8	969.1	618.0	614.1	585.0
Household furniture and appliance stores	910.2	791.8	828.9	1,454.4	1,045.9	1,010.8	959.8
Household furnishings stores	211.4	185.6	171.3	281.9	260.7	233.0	219.6
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	6,578.2	4,854.5	4,648.2	5,371.1	5,510.5	5,429.0	6,164.6
Gasoline service stations	1,748.4	1,579.4	1,525.5	1,698.2	1,581.1	1,648.3	1,622.5
Automotive parts, accessories and services	1,196.3	985.7	1,050.7	1,461.4	1,427.9	1,259.0	1,245.6
General merchandise stores	2,217.8	1,886.2	1,929.0	4,147.0	2,961.3	2,683.1	2,499.0
Other semi-durable goods stores	561.3	503.7	537.8	1,064.1	762.6	689.4	720.2
Other durable goods stores	496.6	455.8	485.8	1,127.6	557.0	534.0	573.5
Other retail stores	966.3	837.9	811.2	1,558.8	1,006.1	1,064.1	1,050.7
<b>Total, all stores</b>	<b>22,008.3</b>	<b>18,463.9</b>	<b>18,598.5</b>	<b>27,151.3</b>	<b>22,208.9</b>	<b>21,963.3</b>	<b>22,261.4</b>
<b>Regions</b>							
Newfoundland	355.1	285.5	280.8	435.7	376.5	352.8	354.6
Prince Edward Island	86.7	78.0	75.4	121.2	97.7	97.2	101.7
Nova Scotia	665.8	577.2	552.7	857.9	708.8	684.8	680.5
New Brunswick	546.8	444.5	443.4	683.1	569.5	560.7	559.5
Quebec	5,186.2	4,184.5	4,250.7	5,883.1	5,042.7	5,081.5	5,158.3
Ontario	8,322.9	7,013.7	7,055.5	10,609.3	8,627.0	8,368.3	8,521.3
Manitoba	765.0	648.6	641.8	963.3	760.2	755.2	775.1
Saskatchewan	635.1	548.6	564.5	819.7	667.2	662.4	651.3
Alberta	2,531.0	2,124.4	2,179.4	3,167.7	2,533.8	2,518.7	2,531.9
British Columbia	2,836.1	2,496.7	2,492.4	3,524.4	2,757.6	2,810.8	2,852.2
Yukon	27.0	21.2	21.6	31.3	25.0	25.1	29.0
Nunavut	15.6	13.1	13.0	17.3	14.2	14.8	14.3
Northwest Territories	34.9	28.0	27.3	37.4	28.5	31.2	31.7

Tableau 6

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations historiques)

August 1999 Août	July 1999 Juillet	June 1999 Juin	May 1999 Mai	April 1999 Avril	March 1999 Mars	Year 2000 Année	
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Groupe de commerce - Canada</b>							
4,498.3	4,997.8	4,564.5	4,650.5	4,510.9	4,282.6	13,088.7	Supermarchés d'alimentation et épiceries
358.5	385.9	379.3	381.6	355.4	347.4	1,010.9	Tous les autres magasins d'alimentation
1,089.9	1,099.1	1,086.1	1,076.9	1,077.7	1,088.9	3,217.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
135.6	130.1	140.4	164.8	142.3	108.5	308.5	Magasins de chaussures
109.5	115.0	125.3	125.7	114.7	95.6	283.9	Magasins de vêtements pour hommes
359.2	372.0	372.9	404.4	362.4	308.3	875.0	Magasins de vêtements pour femmes
604.5	525.5	502.9	535.4	499.2	461.0	1,331.0	Autres magasins de vêtements
942.8	944.5	904.3	829.3	777.2	791.2	2,530.9	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
221.8	225.7	218.1	206.4	193.7	193.1	568.3	Magasins d'accessoires d'ameublement
5,979.2	6,207.4	6,889.7	6,476.7	6,481.9	6,094.6	16,080.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
1,702.0	1,661.0	1,521.1	1,503.1	1,399.6	1,299.9	4,853.3	Stations-service
1,231.1	1,325.3	1,379.0	1,356.2	1,228.7	1,088.8	3,232.7	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
2,480.5	2,417.6	2,393.5	2,456.9	2,273.6	2,113.0	6,033.0	Magasins de marchandises diverses
755.3	757.3	762.1	806.7	631.2	556.0	1,602.8	Autres magasins de produits semi-durables
613.5	601.7	565.2	584.9	536.5	470.3	1,438.2	Autres magasins de produits durables
1,086.8	1,236.3	1,088.4	1,099.8	967.2	870.5	2,615.4	Autres magasins de vente au détail
<b>22,168.4</b>	<b>23,002.3</b>	<b>22,892.8</b>	<b>22,659.2</b>	<b>21,552.2</b>	<b>20,169.7</b>	<b>59,070.7</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Régions</b>							
363.2	382.2	379.7	376.8	341.7	329.1	921.4	Terre-Neuve
111.1	119.0	108.3	98.9	84.9	79.3	240.1	Île-du-Prince-Édouard
700.8	728.3	732.5	708.4	658.4	612.9	1,795.7	Nouvelle-Écosse
583.9	602.0	591.5	591.3	539.1	493.0	1,434.7	Nouveau-Brunswick
5,122.0	5,407.2	5,384.6	5,542.8	5,310.9	4,784.8	13,621.4	Québec
8,427.0	8,694.1	8,785.4	8,539.8	8,028.2	7,551.4	22,392.1	Ontario
762.7	771.1	771.7	760.8	749.0	715.7	2,055.4	Manitoba
661.6	677.1	673.5	654.6	633.5	585.1	1,748.2	Saskatchewan
2,487.5	2,540.6	2,507.9	2,467.2	2,361.0	2,288.0	6,834.8	Alberta
2,871.4	2,997.8	2,876.9	2,843.0	2,776.4	2,660.1	7,825.2	Colombie-Britannique
31.0	33.8	32.5	30.0	26.0	24.6	69.8	Yukon
14.9	14.7	14.2	15.0	15.5	14.3	41.7	Nunavut
31.3	34.5	34.1	30.8	27.8	31.4	90.2	Territoires du Nord Ouest

Table 7

**Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region  
(Current Periods)**

	Sales Ventes				
	March 2000 Mars	February 2000 Février	January 2000 Janvier	December 1999 Décembre	Year-to-date 2000 Cumulatif
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Regions</b>					
Newfoundland	91.9	77.8	78.3	182.8	248.0
Prince Edward Island	24.1	21.2	20.1	48.5	65.4
Nova Scotia	185.1	160.5	154.9	360.3	500.5
New Brunswick	140.6	120.6	121.1	267.6	382.3
Quebec	1,422.2	1,199.7	1,304.0	2,305.6	3,925.9
Ontario	2,626.7	2,303.4	2,393.7	4,712.8	7,323.8
Manitoba	210.2	177.2	177.9	374.1	565.3
Saskatchewan	187.7	167.6	173.7	332.9	529.0
Alberta	746.5	645.1	659.5	1,317.2	2,051.1
British Columbia	902.3	793.3	820.2	1,569.5	2,515.8
Yukon	6.2	4.8	4.8	9.3	15.8
Nunavut	12.8	10.5	10.5	14.1	33.8
Northwest Territories	11.9	10.3	9.6	16.8	31.8
<b>Total</b>	<b>6,568.3</b>	<b>5,692.0</b>	<b>5,928.5</b>	<b>11,511.5</b>	<b>18,188.8</b>

Table 8

**Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region  
(Historical Estimates)**

	March 2000 Mars	February 2000 Février	January 2000 Janvier	December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	October 1999 Octobre	September 1999 Septembre
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Regions</b>							
Newfoundland	91.9	77.8	78.3	182.8	147.7	119.9	110.3
Prince Edward Island	24.1	21.2	20.1	48.5	33.6	29.8	31.0
Nova Scotia	185.1	160.5	154.9	360.3	261.2	221.3	206.1
New Brunswick	140.6	120.6	121.1	267.6	198.6	171.0	158.4
Quebec	1,422.2	1,199.7	1,304.0	2,305.6	1,665.7	1,668.5	1,569.3
Ontario	2,626.7	2,303.4	2,393.7	4,712.8	3,283.3	3,064.5	2,956.4
Manitoba	210.2	177.2	177.9	374.1	250.8	235.9	222.1
Saskatchewan	187.7	167.6	173.7	332.9	232.5	220.1	200.6
Alberta	746.5	645.1	659.5	1,317.2	888.1	820.9	800.8
British Columbia	902.3	793.3	820.2	1,569.5	1,037.5	990.4	994.7
Yukon	6.2	4.8	4.8	9.3	6.4	6.1	6.7
Nunavut	12.8	10.5	10.5	14.1	11.6	12.0	11.7
Northwest Territories	11.9	10.3	9.6	16.8	12.0	12.5	12.0
<b>Total</b>	<b>6,568.3</b>	<b>5,692.0</b>	<b>5,928.5</b>	<b>11,511.5</b>	<b>8,029.1</b>	<b>7,572.8</b>	<b>7,280.0</b>



Tableau 7

**Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					
March 2000 Mars	February 2000 Février	January 2000 Janvier	December 1999 Décembre	Year-to-date 2000 Cumulatif	
Per cent – Pourcentage					
					Régions
2.3	3.6	4.8	6.6	3.5	Terre-Neuve
6.6	11.0	3.1	8.0	6.9	Île-du-Prince-Édouard
3.2	9.3	0.3	7.8	4.1	Nouvelle-Écosse
7.4	9.5	6.0	8.0	7.6	Nouveau-Brunswick
7.8	7.4	3.5	4.1	6.2	Québec
7.0	8.1	7.4	5.8	7.5	Ontario
4.6	7.7	4.3	4.4	5.5	Manitoba
4.2	8.0	4.6	5.1	5.5	Saskatchewan
6.3	7.9	6.5	6.2	6.9	Alberta
3.0	6.8	2.4	4.5	4.0	Colombie-Britannique
19.2	17.1	17.1	9.4	17.9	Yukon
12.3	11.7	6.1		10.1	Nunavut
4.4	6.2	1.1		3.9	Territoires du Nord Ouest
<b>6.2</b>	<b>7.8</b>	<b>5.3</b>	<b>5.4</b>	<b>6.4</b>	<b>Total</b>

Tableau 8

**Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)**

August 1999 Août	July 1999 Juillet	June 1999 Juin	May 1999 Mai	April 1999 Avril	March 1999 Mars	Year 2000 Année	
Millions of dollars – Millions de dollars							
							Régions
107.1	103.7	100.4	102.0	91.7	89.8	248.0	Terre-Neuve
36.4	35.9	30.8	28.1	22.8	22.6	65.4	Île-du-Prince-Édouard
215.9	203.6	197.5	199.0	178.2	179.3	500.5	Nouvelle-Écosse
162.8	154.7	149.7	150.7	138.9	130.9	382.3	Nouveau-Brunswick
1,580.8	1,611.8	1,576.3	1,677.6	1,511.7	1,319.9	3,925.9	Québec
2,944.4	2,873.6	2,863.6	2,890.2	2,620.1	2,456.0	7,323.8	Ontario
227.4	219.9	217.2	217.8	210.9	201.0	565.3	Manitoba
208.4	202.2	203.5	199.6	192.3	180.1	529.0	Saskatchewan
819.1	780.3	767.8	761.0	714.1	702.4	2,051.1	Alberta
978.7	971.3	932.8	935.6	898.9	875.7	2,515.8	Colombie-Britannique
7.6	7.5	7.0	5.8	5.3	5.2	15.8	Yukon
12.2	11.9	11.4	12.2	12.0	11.4	33.8	Nunavut
11.6	12.0	12.9	11.8	11.6	11.4	31.8	Territoires du Nord Ouest
<b>7,312.5</b>	<b>7,188.6</b>	<b>7,070.9</b>	<b>7,191.4</b>	<b>6,608.5</b>	<b>6,185.9</b>	<b>18,188.8</b>	<b>Total</b>

Table 9

## Retail Sales, Canada, Current and Constant (1992) Dollar Estimates

	Unadjusted Non désaisonné				
	Price Index	Current Dollars	Year to year per cent change Variation en pourcentage pour l'année	Constant 1992 dollars Dollars constants 1992	Year to year per cent change Variation en pourcentage pour l'année
	Indice des prix	Dollars courants			
		Millions \$	%	Millions \$	%
<b>1998</b>					
January	107.6	17,223.5	4.8	16,010.9	3.9
February	107.7	16,271.3	4.2	15,108.5	4.0
March	108.7	18,738.1	6.1	17,240.8	5.6
April	108.6	20,804.2	5.1	19,156.7	5.1
May	108.9	22,336.2	2.9	20,512.7	2.5
June	108.8	21,643.7	4.8	19,884.0	4.1
July	107.8	21,696.9	4.7	20,129.8	4.4
August	107.3	20,608.3	1.9	19,207.8	2.0
September	107.6	20,660.5	5.0	19,193.2	4.7
October	107.6	21,078.5	2.1	19,596.3	2.3
November	107.7	20,716.2	2.6	19,243.8	2.4
December	106.1	24,863.5	1.4	23,430.1	1.7
<b>Year</b>	<b>107.9</b>	<b>246,640.9</b>	<b>3.8</b>	<b>228,714.6</b>	<b>3.6</b>
<b>1999</b>					
January	107.9	17,724.5	2.9	16,422.5	2.6
February	108.2	16,936.5	4.1	15,658.8	3.6
March	110.0	20,169.7	7.6	18,335.5	6.3
April	110.4	21,552.2	3.6	19,522.8	1.9
May	110.4	22,659.2	1.4	20,530.3	0.1
June	110.4	22,892.8	5.8	20,728.0	4.2
July	109.9	23,002.3	6.0	20,933.3	4.0
August	110.0	22,168.4	7.6	20,150.1	4.9
September	110.6	22,261.4	7.7	20,125.9	4.9
October	110.2	21,963.3	4.2	19,933.4	1.7
November	110.1	22,208.9	7.2	20,162.6	4.8
December	108.8	27,151.3	9.2	24,949.9	6.5
<b>Year</b>	<b>109.7</b>	<b>260,690.5</b>	<b>5.6</b>	<b>237,453.1</b>	<b>3.8</b>
<b>2000</b>					
January	110.1	18,598.5	4.9	16,896.6	2.9
February	110.7	18,463.9	9.0	16,677.7	6.5
March	112.7	22,008.3	9.1	19,521.9	6.5
April					
May					
June					
July					
August					
September					
October					
November					
December					
<b>Year</b>					

1. Seasonally adjusted constant (1992) dollar estimates are derived by deflating, with an implicit price index, the seasonally adjusted current dollar estimate.

Tableau 9

## Commerce de détail, Canada, estimations en dollars courants et constants (1992)

Price Index Indice des prix	Current Dollars Dollars courants	Seasonally adjusted Désaisonnalisé		Constant 1992 dollars <sup>1</sup> Dollars constants 1992 <sup>1</sup>	Month to month per cent change Variation en pourcentage pour le mois	
		Month to month per cent change Variation en pourcentage pour le mois				
	Millions \$	%	Millions \$	%		
						<b>1998</b>
107.7	20,053.5	-3.8	18,617.3	-3.1		Janvier
107.5	20,348.0	1.5	18,926.9	1.7		Février
107.5	20,338.8	0.0	18,923.0	0.0		Mars
107.5	20,727.2	1.9	19,274.8	1.9		Avril
107.9	20,690.3	-0.2	19,170.9	-0.5		Mai
108.0	20,455.0	-1.1	18,931.5	-1.2		Juin
107.8	20,625.3	0.8	19,138.1	1.1		Juillet
107.7	20,560.3	-0.3	19,086.2	-0.3		Août
108.0	20,744.9	0.9	19,202.0	0.6		Septembre
107.9	20,578.6	-0.8	19,068.4	-0.7		Octobre
108.1	20,827.8	1.2	19,269.9	1.1		Novembre
107.9	20,691.3	-0.7	19,174.7	-0.5		Décembre
<b>107.8</b>	<b>246,641.0</b>	...	<b>228,783.7</b>	...		<b>Année</b>
						<b>1999</b>
108.2	21,100.2	2.0	19,507.9	1.7		Janvier
108.1	21,231.3	0.6	19,644.7	0.7		Février
108.7	21,397.1	0.8	19,690.2	0.2		Mars
109.3	21,353.8	-0.2	19,536.4	-0.8		Avril
109.4	21,349.1	0.0	19,507.8	-0.1		Mai
109.5	21,538.6	0.9	19,662.6	0.8		Juin
109.9	21,871.9	1.5	19,906.4	1.2		Juillet
110.4	22,157.5	1.3	20,065.2	0.8		Août
110.9	22,207.3	0.2	20,022.4	-0.2		Septembre
110.6	21,911.9	-1.3	19,818.4	-1.0		Octobre
110.6	22,053.9	0.6	19,944.3	0.6		Novembre
111.0	22,518.2	2.1	20,283.4	1.7		Décembre
<b>109.7</b>	<b>260,690.8</b>	...	<b>237,589.7</b>	...		<b>Année</b>
						<b>2000</b>
110.2	22,578.4	0.3	20,485.3	1.0		Janvier
110.5	22,358.0	-1.0	20,232.0	-1.2		Février
111.5	22,826.0	2.1	20,480.7	1.2		Mars
						Avril
						Mai
						Juin
						Juillet
						Août
						Septembre
						Octobre
						Novembre
						Décembre
						<b>Année</b>

1. La désaisonnalisation des estimations en dollars constants (1992) s'obtient en dégonflant avec un indice implicite, les données désaisonnalisées en dollars courants.





## APPENDIX I

### Définitions

**Retail Trade**, for the purpose of this publication, is defined as “the aggregate sales made through retail locations (outlets)”.

A **retail location**, as defined by Statistics Canada, is a “business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public, for household or personal consumption”. Retail trade estimates do **not** include any form of direct selling which bypasses the retail store, e.g., direct door-to-door selling; sales made through automatic vending machines; sales of newspapers or magazines sold directly by printers or publishers; and sales made by book and record clubs. The only exception is the mail-order and catalogue sales activities of department store businesses which have been classified to the “general merchandise store” category. In addition, retail trade excludes retail sales through ancillary units, (e.g., warehouses, head offices, etc.), sales of contractors whose major activity is not retailing; and retail transactions between individuals.

**Total net sales** include sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, food serving and other service activities, **less** returns, adjustments and discounts. Total net sales also include trade-in allowances, commissions earned from sales of goods owned by others (including commissions received for lottery ticket sales) and proprietor’s withdrawals of goods for personal use (at retail). Non-operating revenues, bad debts recovered and sales taxes (provincial sales taxes, the Goods and Services Tax (GST) and the Harmonized Sales Tax (HST)) collected for remittance to a government agency are excluded. Prior to January 1991, sales data included the Federal Sales Tax (FST). Due to this change in indirect taxes, data prior to 1991 are not strictly comparable with those of subsequent years. For users interested in deriving comparable data, an estimate of the amount of FST included in retail sales for 1990 is available for Canada from the Retail Trade Section. The reliability of this estimate does not permit adjustments at the provincial level.

**Department store type merchandise (DSTM)** is defined as total retail trade minus the following trade groups: super-markets and grocery stores; all other food stores; recreational and motor vehicle dealers; gasoline service stations; automotive parts, accessories and services; and all other retail stores (includes liquor, wine and beer stores and retail stores, n.e.c.).

## ANNEXE I

### Définitions

**Commerce de détail** signifie, pour les besoins de la présente publication, « l’ensemble des ventes effectuées par des points de vente au détail ».

Un **point de vente au détail**, suivant la définition de Statistique Canada, est un « local d’affaires (habituellement un magasin) dont l’activité principale est la vente de marchandises et de services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle ». Les estimations relatives au commerce de détail **ne prennent pas** en compte les ventes directes, c’est-à-dire les ventes qui ne sont pas effectuées par l’intermédiaire d’un point de vente au détail, par exemple les ventes directes par démarchage, les ventes par distributeur automatique, les ventes de journaux ou de revues effectuées directement par les imprimeurs et les éditeurs, et les ventes effectuées par les clubs de livres et les clubs de disques. Il n’y a qu’une exception: les ventes des grands magasins effectuées par la poste ou par catalogue, qui sont classées dans la catégorie des « magasins de marchandises diverses ». En outre, le commerce de détail ne comprend pas les ventes au détail des unités auxiliaires (par exemple, entrepôts, sièges sociaux, etc.), ni les ventes des entrepreneurs dont l’activité principale ne relève pas du commerce de détail, ni les opérations de vente au détail entre particuliers.

**Les ventes nettes totales** comprennent les ventes de marchandises neuves et d’occasion et les recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d’autres activités de services, **moins** la valeur des rendus (marchandises retournées), les ajustements et les rabais. Les ventes totales nettes comprennent également la valeur des reprises, les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui (y compris les commissions touchées pour la vente de billets de loterie) et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel. On ne prend pas en compte les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente (les taxes de vente provinciale, la taxe sur les produits et les services (TPS) et la taxe de vente harmonisée (TVH)) perçues pour le compte d’un organisme public. Les données sur les ventes antérieures à janvier 1991 incluent la taxe de vente fédérale (TVF). Dû à ce changement dans les taxes indirectes, les données avant 1991 ne sont pas tout à fait comparables avec celles des années subséquentes. Pour les utilisateurs intéressés à calculer des données comparables, une estimation du montant de la TVF inclus dans les ventes au détail pour 1990 est disponible pour le Canada auprès de la Section du commerce de détail. Cette estimation n’est pas suffisamment fiable pour permettre des ajustements au niveau provincial.

**Les marchandises du genre de celles vendues dans les grands magasins (MGGM)** correspondent au total du commerce de détail moins les groupes de commerce suivants: les supermarchés d’alimentation et les épiceries; tous les autres magasins d’alimentation; les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs; les stations-service; les magasins de pièces et d’accessoires pour véhicules automobiles et services; et les autres magasins de vente au détail (comprend les magasins de spiritueux, de vin et de bière et les magasins de vente au détail, n.c.a.).

## APPENDIX V

## Trade Group Coverage

<b>010</b>	<b>Supermarkets and Grocery Stores</b>
6011	Supermarkets
6012	Grocery stores(except supermarkets)
<b>020</b>	<b>All Other Food Stores</b>
6013	Bakery products stores
6014	Candy and nut stores
6015	Fruit and vegetable stores
6016	Meat markets
6019	Other specialty food stores, n.e.c.
<b>030</b>	<b>Drugs and Patent Medicine Stores</b>
6031	Pharmacies
6032	Patent medicine and toiletries stores
<b>040</b>	<b>Shoe Stores</b>
6111	Shoe stores
<b>050</b>	<b>Men's Clothing Stores</b>
6121	Men's clothing stores
<b>060</b>	<b>Women's Clothing Stores</b>
6131	Women's clothing stores
<b>070</b>	<b>Other Clothing Stores</b>
6141	Children's clothing stores
6142	Fur goods stores
6149	Other clothing stores, n.e.c.
6151	Fabric and yarn stores
<b>080</b>	<b>Household Furniture and Appliance Stores</b>
6211	Household furniture stores (with appliances and furnishings)
6212	Household furniture stores (without appliances and furnishings)
6213	Furniture refinishing and repair shops
6221	Appliance, television, radio and stereo stores
6222	Television, radio and stereo stores
6223	Appliance, television, radio and stereo repair shops
<b>090</b>	<b>Household Furnishings Stores</b>
6231	Floor covering stores
6232	Drapery stores
6239	Other household furnishings stores

## ANNEXE V

## Couverture des groupes de commerce

<b>010</b>	<b>Supermarchés d'alimentation et épiceries</b>
6011	Supermarchés d'alimentation
6012	Épiceries (sauf les supermarchés)
<b>020</b>	<b>Tous les autres magasins d'alimentation</b>
6013	Boulangeries-pâtisseries
6014	Confiseries et magasins de noix
6015	Magasins de fruits et légumes
6016	Marchés de viande
6019	Autres magasins d'alimentation spécialisés, n.c.a.
<b>030</b>	<b>Pharmacies et magasins de médicaments brevetés</b>
6031	Pharmacies
6032	Magasins de médicaments brevetés et de produits de toilette
<b>040</b>	<b>Magasins de chaussures</b>
6111	Magasins de chaussures
<b>050</b>	<b>Magasins de vêtements pour hommes</b>
6121	Magasins de vêtements pour hommes
<b>060</b>	<b>Magasins de vêtements pour dames</b>
6131	Magasins de vêtements pour dames
<b>070</b>	<b>Autres magasins de vêtements</b>
6141	Magasins de vêtements pour enfants
6142	Magasins de fourrures
6149	Autres magasins de vêtements, n.c.a.
6151	Magasins de tissus et de filés
<b>080</b>	<b>Magasins de meubles et d'appareils ménagers</b>
6211	Magasins de meubles de maison (avec appareils ménagers et accessoires d'ameublement)
6212	Magasins de meubles de maison (sans appareils ménagers ni accessoires d'ameublement)
6213	Ateliers de réparation de meubles
6221	Magasins d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
6222	Magasins de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
6223	Ateliers de réparation d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
<b>090</b>	<b>Magasins d'accessoires d'ameublement</b>
6231	Magasins de revêtements de sol
6232	Magasins de tentures
6239	Autres magasins d'accessoires d'ameublement

<b>100</b>	<b>Motor and Recreational Vehicle Dealers</b>	<b>100</b>	<b>Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs</b>
6311	Automobile (new) dealers	6311	Concessionnaires d'automobiles neuves
6312	Automobile (used) dealers	6312	Concessionnaires d'automobiles d'occasion
6321	Motor home and travel trailer dealers	6321	Marchands de roulottes motorisées et de roulottes de voyage
6322	Boats, outboard motors and boating accessories dealers	6322	Marchands de bateaux, de moteurs hors-bord et d'accessoires pour bateaux
6323	Motorcycle and snowmobile dealers	6323	Marchands de motocyclettes et de motoneiges
6329	Other recreational vehicle dealers	6329	Autres marchands de véhicules de loisir
<b>110</b>	<b>Gasoline Service Stations</b>	<b>110</b>	<b>Stations-service</b>
6331	Gasoline service stations	6331	Stations-service
<b>120</b>	<b>Automotive Parts, Accessories and Services</b>	<b>120</b>	<b>Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services</b>
6341	Home and auto supply stores	6341	Magasins de fournitures pour la maison et pour l'automobile
6342	Tire, battery, parts and accessories stores	6342	Magasins de pneus, d'accumulateurs, de pièces et d'accessoires
6351	Garages (general repairs)	6351	Garages (réparations générales)
6352	Paint and body repair shops	6352	Ateliers de peinture et de carrosserie
6353	Muffler replacement shops	6353	Ateliers de remplacement de silencieux
6354	Motor vehicle glass replacement shops	6354	Ateliers de remplacement de glaces pour véhicules automobiles
6355	Motor vehicle transmission repair and replacement shops	6355	Ateliers de réparation et de remplacement de boîtes de vitesse de véhicules automobiles
6359	Other motor vehicle repair shops	6359	Autres ateliers de réparation de véhicules automobiles
6391	Car washes	6391	Lave-autos
6399	Other motor vehicle services, n.e.c.	6399	Autres services pour véhicules automobiles, n.c.a.
<b>130</b>	<b>General Merchandise Stores</b>	<b>130</b>	<b>Magasins de marchandises diverses</b>
6411	Department stores	6411	Magasins à rayons
6412	General stores	6412	Magasins généraux
6413	Other general merchandise stores (variety and general merchandise stores)	6413	Autres magasins de marchandises diverses (bazars et magasins de marchandises diverses)
<b>140</b>	<b>Other Semi-Durable Goods Stores</b>	<b>140</b>	<b>Autres magasins de produits semi-durables</b>
6511	Book and stationery stores	6511	Librairies et papeteries
6521	Florist shops	6521	Fleuristes
6522	Lawn and garden centres	6522	Centres de jardinage
6531	Hardware stores	6531	Quincailleries
6532	Paint, glass and wallpaper stores	6532	Magasins de peinture, de vitre et de papier peint
6581	Toy and hobby stores	6581	Magasins de jouets et d'articles de loisir
6582	Gift, novelty and souvenir stores	6582	Magasins de cadeaux, d'articles de fantaisie et de souvenirs
<b>150</b>	<b>Other Durable Goods Stores</b>	<b>150</b>	<b>Autres magasins de produits durables</b>
6541	Sporting goods stores	6541	Magasins d'articles de sport
6542	Bicycle shops	6542	Magasins de bicyclettes
6551	Musical instrument stores	6551	Magasins d'instruments de musique
6552	Record and tape stores	6552	Magasins de disques et de bandes magnétiques
6561	Jewellery stores	6561	Bijouteries
6562	Watch and jewellery repair shops	6562	Ateliers de réparation de montres et de bijoux
6571	Camera and photographic supply stores	6571	Magasins d'appareils et de fournitures photographiques

**160 Other Retail Stores**

6021	Liquor stores
6022	Wine stores
6023	Beer stores
6591	Second-hand merchandise stores, n.e.c.
6592	Opticians' shops
6593	Art galleries and artists' supply stores
6594	Luggage and leather goods stores
6595	Monument and tombstone dealers
6596	Pet stores
6597	Coin and stamp dealers
6598	Mobile home dealers
6599	Other retail stores, n.e.c.

**160 Autres magasins de vente au détail**

6021	Magasins de spiritueux
6022	Magasins de vin
6023	Magasins de bière
6591	Magasins de marchandises d'occasion, n.c.a.
6592	Opticiens
6593	Galleries d'art et magasins de fournitures pour artistes
6594	Magasins de bagages et de maroquinerie
6595	Magasins de monuments funéraires et de pierres tombales
6596	Magasins d'animaux de maison
6597	Marchands de pièces de monnaie et de timbres
6598	Marchands de maisons mobiles
6599	Autres magasins de vente au détail, n.c.a.





# ORDER FORM

Statistics Canada

## TO ORDER:



MAIL

Statistics Canada  
Dissemination Division  
Circulation Management  
120 Parkdale Avenue  
Ottawa, Ontario  
K1A 0T6 Canada



PHONE

1 800 267-6677  
(613) 951-7277



FAX

1 877 287-4369  
(613) 951-1584



E-MAIL: [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca)

(Please print)



1 800 363-7629

Telecommunication Device  
for the Hearing Impaired

Company

Department

Attention

Title

Address

City

Province

Postal Code

Phone

Fax

E-mail Address:

Your personal information is protected by the *Privacy Act*.\*\*

## METHOD OF PAYMENT:

(Check only one)



Please charge my:



VISA



MasterCard

Card Number

Expiry Date

Cardholder (please print)

Signature



Payment enclosed \$

(payable to the Receiver General for Canada)



Purchase  
Order Number  
(please enclose)

Authorized Signature

Catalogue  
Number

Title

Date of  
issue(s)  
or  
indicate an  
"S" for  
subscription(s)

Price  
(All prices exclude  
sales tax)

\*Shipping Charges  
(Applicable to  
shipments sent  
outside Canada)

Quantity

Total  
\$



\*Shipping charges: No shipping charges for delivery in Canada. For shipments to the United States, please add \$6 per issue or item ordered. For shipments to other countries, please add \$10 per issue or item ordered. Annual frequency = 1. Quarterly frequency = 4. Monthly frequency = 12.



Canadian clients add either 7% GST and applicable PST or HST (GST Registration No. R121491807).



Clients outside Canada pay in Canadian dollars drawn on a Canadian bank or pay in equivalent US dollars, converted at the prevailing daily exchange rate, drawn on a US bank.



Statistics Canada is FIS-ready. Federal government departments and agencies must include with all orders their IS Organization Code \_\_\_\_\_ and IS Reference Code \_\_\_\_\_.



\*\* Statistics Canada will only use your information to complete this sales transaction, deliver your product(s), and administer your account. From time to time, we may also offer you other Statistics Canada products and services and conduct market research. If you do not wish to be contacted again for promotional purposes ☐ and/or market research, ☐ check as appropriate and fax or mail this page to us, call 1 800 700-1033 or e-mail [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca).

SUBTOTAL

GST (7%)

Applicable PST

Applicable HST  
(N.S., N.B., Nfld.)

GRAND TOTAL

PF099000

## THANK YOU FOR YOUR ORDER!



Statistics Canada  
Statistique Canada

[www.statcan.ca](http://www.statcan.ca)

Canada





# Get online

with  
**Statistics Canada's  
Electronic Publications!**



# Soyez branché

grâce aux publications  
électroniques de  
**Statistique Canada!**

Go virtual with Statistics Canada's electronic publications. From Arts and Culture to Travel, Transport and Warehousing, you have over 120 titles in 18 topic categories to choose from — and the list is growing every day.

Vivez au rythme virtuel des publications électroniques de Statistique Canada. De la rubrique Arts et culture à la rubrique Voyages, transport et entreposage, vous trouverez plus de 120 titres répartis en 18 catégories, et la liste s'allonge de jour en jour.

## Save money.

Order online and you'll receive a 25% price reduction from that of our print publications.

## One price, many rewards.

Statistics Canada subscriptions offer indefinite access to your publication and up to three years of its previous issues.

## Built to last.

Unlike paper, e-versions won't yellow, fade or tear. They will stay intact and accessible for years to come!

## Find the information you need now.

Online documents allow you to search, locate and print exactly what you are looking for.

## Be the first to know.

Our electronic publications are regularly available before print versions, so you always have access to the most current releases.

## Feel safe about ordering online.

Our secure site makes using your credit card online safe and easy. Guaranteed.

## Be green.

By consciously choosing electronic over paper, you're doing your part to be ecologically friendly. Feel good about doing business, respecting the environment and saving precious resources.

## Save time.

Access your publication on the day of release — no more waiting for delivery.

## Put the data to work.

Copy text from our online publications right into your documents and databases.

## Access anywhere, anytime.

Get up-to-date detailed information quickly and efficiently, regardless of location and time constraints.

On our site, go to **Products and Services**, select **Downloadable publications (\$)** and simply follow the steps to subscribe or purchase. It's that easy!

**www.statcan.ca**  
**BUILT FOR BUSINESS**



## Économisez de l'argent.

Les achats en ligne vous donnent droit à un rabais de 25 % sur le prix des ouvrages imprimés.

## Un seul prix, beaucoup de primes.

À Statistique Canada, les abonnements sont assortis d'un accès illimité à la publication que vous choisissez et aux numéros antérieurs pour une période pouvant couvrir jusqu'à trois années.

## Conçues pour durer.

Contrairement aux documents imprimés, les versions électroniques ne jaunissent pas, ne se décolorent pas et ne se déchirent pas. Elles restent intactes et accessibles pendant des années!

## Trouvez les renseignements que vous cherchez maintenant.

Les documents en ligne vous permettent de chercher, de trouver et d'imprimer exactement ce que vous désirez obtenir.

## Prenez la tête du peloton.

Nos publications électroniques sortent généralement avant les versions imprimées; vous avez donc accès aux parutions les plus récentes.

## Soyez rassuré quant aux commandes en ligne.

Grâce à la sûreté de notre site, l'utilisation en ligne de votre carte de crédit est simple et sans risque. C'est garanti.

## Pensez «écolo».

En optant pour les produits électroniques plutôt que les documents imprimés, vous participez à la préservation de l'environnement. Faites d'une pierre, trois coups : travaillez, respectez l'environnement et conservez des ressources précieuses.

## Gagnez du temps.

Accédez à la publication le jour de sa parution — aucun délai de livraison.

## Mettez les données à l'oeuvre.

Copiez des extraits de nos publications en ligne directement dans vos documents et bases de données.

## Accès partout, en tout temps.

Obtenez rapidement et efficacement des renseignements détaillés et à jour, peu importe les contraintes de lieu et de temps.

**COMMANDEZ  
MAINTENANT!**  
**ORDER NOW!**

Sur notre site, cliquez sur **Produits et services**, puis sélectionnez **Publications téléchargeables (\$)**. Vous n'avez qu'à suivre les étapes pour acheter ou vous abonner. C'est aussi simple que cela!

**www.statcan.ca**  
**CONÇU POUR LES AFFAIRES**

# Perspectives on Labour and Income

## Crucial to leading decision makers

The current emphasis on information resonates loudly in the workplace.

**Perspectives on Labour and Income** meets your need for accurate, timely and comprehensive information. The bottom line? You get vital data and analysis on the workplace and related issues facing contemporary Canada!

### Your springboard to success

Each analytical article in this quarterly journal has clear charts, tables and summaries.

**Perspectives** reveals the latest labour and demographic statistics – essential to

- ▶ determine how attitudes toward retirement influence investment decisions
- ▶ evaluate the effect of wage trends on union bargaining
- ▶ forecast the effect of employment on the demand for goods and services or social programs
- ▶ compare your organization within your industry
- ▶ develop labour market studies
- ▶ ... and much more!

### One easy decision: Subscribe today!

When you invest in this Statistics Canada journal, you're investing in your future. **Perspectives on Labour and Income** (cat. no. 75-001-XPE) costs \$58. In Canada, please add **either** GST and applicable PST **or** HST. Shipping charges: No shipping charges for delivery in Canada. For shipments to the United States, please add \$24. For shipments to other countries, please add \$40.

To subscribe:

CALL toll free 1 800 267-6677

FAX 1 877 287-4369

WRITE to Statistics Canada, Circulation Management, Dissemination Division, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6, Canada

Order via E-MAIL at [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca)

Or CONTACT your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre listed in this publication.

# L'emploi et le revenu en perspective

## Un outil essentiel pour les décideurs

De nos jours, on attache beaucoup d'importance à

l'information en milieu de travail.

La revue **L'emploi et le revenu en perspective** répond à vos besoins pour des renseignements qui sont à

la fois **précis, actuels et complets**. Vous disposerez alors de données essentielles et d'analyses sur le milieu du travail et sur d'autres défis auxquels le Canada est confronté!

### Le tremplin à votre succès

Les articles analytiques de cette revue trimestrielle comportent des graphiques, des tableaux et des sommaires conçus de façon à présenter clairement les statistiques sur le

marché du travail et les statistiques démographiques qui sont essentielles pour :

- ▶ déterminer dans quelle mesure les attitudes à l'égard de la retraite influent sur les décisions en matière de placements
- ▶ évaluer l'effet des tendances salariales sur les négociations syndicales
- ▶ faire des prévisions relatives à l'incidence de l'emploi sur la demande de biens et de services ou sur les programmes sociaux
- ▶ comparer votre organisation à votre secteur d'activité dans son ensemble
- ▶ effectuer des études sur le marché du travail
- ▶ ... et bien plus encore!

### Une décision facile à prendre : c'est de vous abonner dès maintenant!

En investissant dans cette revue de Statistique Canada, vous investissez aussi dans votre avenir. **L'emploi et le revenu en perspective** (n° 75-001-XPF au catalogue) se vend 58 \$. Au Canada, veuillez ajouter soit la TPS et la TVP en vigueur, soit la TVH. Frais de port : Aucuns frais pour les envois au Canada. Pour les envois à destination des États-Unis, veuillez ajouter 24 \$. Pour les envois à destination des autres pays, veuillez ajouter 40 \$.

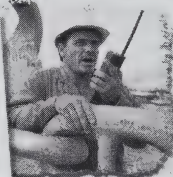
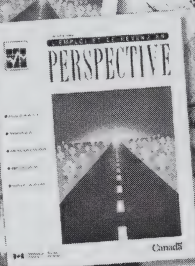
Pour vous abonner :

TÉLÉPHONEZ sans frais au 1 800 267-6677 TÉLÉCOPIEZ au 1 877 287-4369

ÉCRIREZ à Statistique Canada, Gestion de la circulation, Division de la diffusion, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario), K1A 0T6, Canada

Commandez par COURRIEL à [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca)

Ou COMMUNIQUEZ avec le Centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous mentionné dans la présente publication.







Catalogue no. 63-005-XPB

# Retail Trade

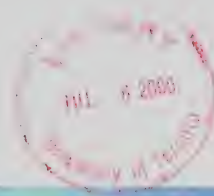
April 2000

N° 63-005-XPB au catalogue

# Commerce de détail

Avril 2000

Commerce  
de détail



Statistics  
Canada

Statistique  
Canada

Canada

## How to obtain more information

Specific inquiries about this product and related statistics or services should be directed to: Marketing and Client Services Section, Distributive Trades Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (telephone: (613) 951-3549) or toll free at 1 877 421-3067).

For information on the wide range of data available from Statistics Canada, you can contact us by calling one of our toll-free numbers. You can also contact us by e-mail or by visiting our Web site.

<b>National inquiries line</b>	1 800 263-1136
<b>National telecommunications device for the hearing impaired</b>	1 800 363-7629
<b>Depository Services Program inquiries</b>	1 800 700-1033
<b>Fax line for Depository Services Program</b>	1 800 889-9734
<b>E-mail inquiries</b>	infostats@statcan.ca
<b>Web site</b>	www.statcan.ca

## Ordering and subscription information

This product, Catalogue no. 63-005-XPB, is published monthly as a standard printed publication at a price of CDN \$21.00 per issue and CDN \$206.00 for a one-year subscription. The following additional shipping charges apply for delivery outside Canada:

	<b>Single issue</b>	<b>Annual subscription</b>
<b>United States</b>	CDN \$ 6.00	CDN \$72.00
<b>Other countries</b>	CDN \$ 10.00	CDN \$120.00

This product is also available in electronic format on the Statistics Canada Internet site as Catalogue no. 63-005-XIB at a price of CDN \$16.00 per issue and CDN \$155.00 for a one-year subscription. To obtain single issues or to subscribe, visit our Web site at [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca), and select Products and Services.

All prices exclude sales taxes.

The printed version of this publication can be ordered by

- Phone (Canada and United States) **1 800 267-6677**
- Fax (Canada and United States) **1 877 287-4369**
- E-mail **order@statcan.ca**
- Mail Statistics Canada  
Dissemination Division  
Circulation Management  
120 Parkdale Avenue  
Ottawa, Ontario K1A 0T6
- And, in person at the Statistics Canada Reference Centre nearest you, or from authorised agents and bookstores.

When notifying us of a change in your address, please provide both old and new addresses.

## Standards of service to the public

Statistics Canada is committed to serving its clients in a prompt, reliable and courteous manner and in the official language of their choice. To this end, the Agency has developed standards of service which its employees observe in serving its clients. To obtain a copy of these service standards, please contact Statistics Canada toll free at 1 800 263-1136.

## Comment obtenir d'autres renseignements

Toute demande de renseignements au sujet du présent produit ou au sujet de statistiques ou de services connexes doit être adressée à : Section du marketing et service à la clientèle, Division de la statistique du commerce, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (téléphone : (613) 951-951-3549) ou sans frais au 1 877 421-3067).

Pour obtenir des renseignements sur l'ensemble des données de Statistique Canada qui sont disponibles, veuillez composer l'un des numéros sans frais suivants. Vous pouvez également communiquer avec nous par courriel ou visiter notre site Web.

<b>Service national de renseignements</b>	1 800 263-1136
<b>Service national d'appareils de télécommunications pour les malentendants</b>	1 800 363-7629
<b>Renseignements concernant le Programme des bibliothèques de dépôt</b>	1 800 700-1033
<b>Télécopieur pour le Programme des bibliothèques de dépôt</b>	1 800 889-9734
<b>Renseignements par courriel</b>	infostats@statcan.ca
<b>Site Web</b>	www.statcan.ca

## Renseignements sur les commandes et les abonnements

Le produit n° 63-005-XPB au catalogue est publié mensuellement en version imprimée standard et est offert au prix de 21 \$ CA l'exemplaire et de 206 \$ CA pour un abonnement annuel. Les frais de livraison supplémentaires suivants s'appliquent aux envois à l'extérieur du Canada :

	<b>Exemplaire</b>	<b>Abonnement annuel</b>
<b>États-Unis</b>	6 \$ CA	72 \$ CA
<b>Autres pays</b>	10 \$ CA	120 \$ CA

Ce produit est aussi disponible sous forme électronique dans le site Internet de Statistique Canada, sous le n° 63-005-XIB au catalogue, et est offert au prix de 16 \$ CA l'exemplaire et de 155 \$ CA pour un abonnement annuel. Les utilisateurs peuvent obtenir des exemplaires ou s'abonner en visitant notre site Web à [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca) et en choisissant la rubrique Produits et services.

Les prix ne comprennent pas les taxes de ventes.

La version imprimée peut être commandée par

- Téléphone (Canada et États-Unis) **1 800 267-6677**
- Télécopieur (Canada et États-Unis) **1 877 287-4369**
- Courriel **order@statcan.ca**
- Poste Statistique Canada  
Division de la diffusion  
Gestion de la circulation  
120, avenue Parkdale  
Ottawa (Ontario) K1A 0T6
- En personne au bureau régional de Statistique Canada le plus près de votre localité ou auprès des agents et librairies autorisés.

Lorsque vous signalez un changement d'adresse, veuillez nous fournir l'ancienne et la nouvelle adresse.

## Normes de service à la clientèle

Statistique Canada s'engage à fournir à ses clients des services rapides, fiables et courtois, et ce, dans la langue officielle de leur choix. À cet égard, notre organisme s'est doté de normes de service à la clientèle qui doivent être observées par les employés lorsqu'ils offrent des services à la clientèle. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec Statistique Canada au numéro sans frais 1 800 263-1136.



Statistics Canada  
Distributive Trades Division  
Retail Financial Section

# Retail Trade

April 2000

Statistique Canada  
Division de la statistique du commerce  
Section du commerce de détails financiers

# Commerce de détail

Avril 2000

Published by authority of the Minister  
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 2000

All rights reserved. No part of this publication  
may be reproduced, stored in a retrieval system or  
transmitted in any form or by any means, electronic,  
mechanical, photocopying, recording or otherwise  
without prior written permission from Licence  
Services, Marketing Division, Statistics Canada,  
Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

June 2000

Catalogue no. 63-005-XPB, Vol. 72, No. 4  
ISSN 0380-6146

Frequency: Monthly

Catalogue no. 63-005-XIB, Vol. 72, No. 4  
ISSN 1488-0008

Ottawa

Publication autorisée par le ministre  
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 2000

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire  
ou de transmettre le contenu de la présente publication,  
sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit,  
enregistrement sur support magnétique, reproduction  
électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou  
de l'emmagasiner dans un système de recouvrement,  
sans l'autorisation écrite préalable des Services de  
concession des droits de licence, Division du  
marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario,  
Canada K1A 0T6.

Juin 2000

N° 63-005-XPB au catalogue, vol. 72, n° 4  
ISSN 0380-6146

Périodicité : mensuelle

N° 63-005-XIB au catalogue, vol. 72, n° 4  
ISSN 1488-0008

Ottawa

---

## Note of appreciation

*Canada owes the success of its statistical system  
to a long-standing partnership between Statistics  
Canada, the citizens of Canada, its businesses,  
governments and other institutions. Accurate and  
timely statistical information could not be produced  
without their continued cooperation and goodwill.*

---

## Note de reconnaissance

*Le succès du système statistique du Canada repose  
sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada  
et la population, les entreprises, les administrations  
canadiennes et les autres organismes. Sans cette  
collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible  
de produire des statistiques précises et actuelles.*

## Symbols

The following standard symbols are used in this Statistics Canada publication:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

## NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

## A NOTE ON CANSIM

All current and historical statistics on Retail Trade (Matrix Nos. 2299, 2397-2416 and 2418-2420), as well as many other series are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian - Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printout, or in machine readable form. For further information, contact the Cansim staff or Dissemination Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (telephone (613) 951-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- **F. Maranda**, Director, Distributive Trades Division
- **R. Lussier**, Assistant Director, Distributive Trades Division
- **B. Meyer**, Chief, Retail Financial Section, Distributive Trades Division
- **P. Gratton**, Senior Economist, Retail Financial Section, Distributive Trades Division

## Signes conventionnels

Les signes conventionnels suivants sont employés uniformément dans cette publication de Statistique Canada :

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

## NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

## NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système Canadien d'information socio-économique) fournit au public toutes les statistiques actuelles et historiques sur le Commerce de détail (matrice nos 2299, 2397-2416 et 2418-2420), et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports ordinolingués. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de CANSIM de la Division de la diffusion, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone (613) 951-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de :

- **F. Maranda**, directeur, Division de la statistique du commerce
- **R. Lussier**, directeur adjoint, Division de la statistique du commerce
- **B. Meyer**, chef, section du commerce de détails financiers, Division de la statistique du commerce
- **P. Gratton**, économiste principal, Section du commerce de détails financiers, Division de la statistique du commerce

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences - Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 - 1984.

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'American National Standard for Information Sciences "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 1984.





## TABLE OF CONTENTS

	PAGE
Highlights	v
Charts	vii
For Further Reading	ix

## Table

1. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	2
2. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	4
3. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)	6
4. Retail Trade Sample Response Fraction and Coefficient of Variation (Current Periods)	22
5. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	24
6. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	26
7. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Current Periods)	28
8. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Historical Estimates)	28
9. Retail Sales, Current and Constant (1992) Dollar Estimates	30

## Appendix

I. Definitions	33
II. Trade Group Coverage	34

## TABLE DES MATIÈRES

	PAGE
Faits saillants	v
Graphiques	vii
Lectures suggérées	ix

## Tableau

1. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	2
2. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	4
3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)	6
4. Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation (périodes courantes)	22
5. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	24
6. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	26
7. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)	28
8. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)	28
9. Ventes au détail, estimations en dollars courants et constants (1992)	30

## Appendice

I. Définitions	33
II. Couverture des groupes de commerce	34

## Note to users

Monthly estimates (unadjusted data) for four metropolitan areas (Montreal, Toronto, Winnipeg and Vancouver) can be tabulated by trade group and are available for purchase. For information on metropolitan area estimates, contact the Marketing and Client Services Section at (613) 951-3549 or toll free at 1 877 421-3067.

Users interested in acquiring further information relating to the methodology, seasonal adjustment and data reliability of this survey may consult the February 2000 issue (containing revisions to the previous year) of this publication or contact the Marketing and Client Services Section.

## Notes aux utilisateurs

Les estimations mensuelles (non désaisonnalisées) pour les quatre régions métropolitaines (Montréal, Toronto, Winnipeg et Vancouver) par groupe de commerce sont disponibles pour achat. Pour plus de renseignements sur les régions métropolitaines, communiquez avec la Section du marketing et services à la clientèle au (613) 951-3549 ou sans frais au 1 877 421-3067.

Les utilisateurs qui sont intéressés d'obtenir plus de renseignements concernant la méthodologie, la désaisonnalisation et la fiabilité des données de cette enquête peuvent consulter le numéro de février 2000, de cette publication (incluant les révisions de l'année précédente) ou communiquer avec la Section du marketing et services à la clientèle.

## Highlights

Lower sales in the automotive sector and in stores selling mostly seasonal products pushed down total retail sales by 1.2% to \$22.6 billion. April's decline cancelled about half the 2.2% gain posted in March. At constant prices, retail sales were down 0.5%.

In addition to the 3.4% decline in the automotive sector, sales were also down in the clothing sector (-3.2%) and in retail stores classified in the "other" category (-0.9%), which includes lawn and garden centres, hardware stores and sporting goods stores. Cool weather in April may have dampened sales of spring and summer clothing as well as other seasonal products.

The strong growth of retail sales observed in 1999 seems to have been slowing down since the beginning of the year. In April, retail sales were at about the same level as in January 2000. However, despite the decline, April sales were 5.7% higher than those in April 1999.

### Widespread sales declines in the automotive sector

Sales in the automotive sector dropped 3.4% in April, cancelling most of the 4.1% gain observed in March. After advancing by an average of 1.2% each month in 1999, sales in this sector have slowed down this year. April sales were 1.9% lower than those in December 1999.

Within the automotive sector, automotive parts and services stores (-5.3%) saw the largest decline in sales. However, April's decline in these stores is compared with a very strong March (+4.6%). Sales in automotive parts and services stores had generally been rising since the fall of 1997 before a slump set in at the end of 1999.

Motor and recreational vehicle dealers posted a 3.2% decline in sales in April, following a 4.8% rise in March. The weaker sales growth seen by motor and recreational vehicle dealers since the start of 2000 has been largely responsible for the recent slowdown observed in the overall automotive sector.

After a year of strong sales increases, gasoline service stations posted a decline in April (-2.6%). This reflected a temporary reduction in gasoline prices in April (-5.6%) due to an increase in oil supply on international markets. In May, gasoline prices resumed their rise that began in the spring of 1999 with a 1.9% increase from April.

## Faits saillants

En avril, des ventes en baisse dans le secteur de l'automobile et dans les magasins qui offrent principalement des produits saisonniers ont fait diminuer de 1,2 % l'ensemble des ventes au détail, dont la valeur a atteint 22,6 milliards de dollars. Le recul observé en avril a neutralisé environ la moitié de la hausse enregistrée en mars (+2,2 %). En prix constants, les ventes au détail ont diminué de 0,5 % en avril.

En plus du recul de 3,4 % observé dans le secteur de l'automobile en avril, on constate également une diminution des ventes du secteur de l'habillement (-3,2 %) et des magasins de vente au détail de la catégorie «autres» (-0,9 %), qui comprend notamment les centres de jardinage, les quincailleries et les magasins d'articles de sport. Le temps frais que l'on a connu en avril pourrait avoir freiné les ventes de vêtements de printemps et d'été, ainsi que la vente d'articles saisonniers.

La forte croissance des ventes au détail observée en 1999 semble ralentir depuis le début de l'année. En avril, les ventes au détail se sont retrouvées à peu près au même niveau que celles de janvier 2000. Malgré la diminution observée en avril, les ventes dépassaient de 5,7 % le niveau atteint en avril 1999.

### Diminution générale des ventes dans le secteur de l'automobile

Les ventes dans le secteur de l'automobile ont chuté de 3,4 % en avril, effaçant ainsi la majeure partie de la progression de 4,1 % observée le mois précédent. Après avoir progressé de 1,2 % en moyenne au cours de chaque mois de 1999, les ventes diminuent dans ce secteur depuis le début de l'année. En avril, les ventes étaient inférieures de 1,9 % au niveau enregistré en décembre 1999.

En avril, ce sont les magasins de pièces et services pour véhicules automobiles qui ont accusé la plus forte diminution des ventes (-5,3 %) dans le secteur de l'automobile. Cependant, la baisse observée dans ces magasins en avril est comparée aux très bons résultats enregistrés en mars (+4,6 %). Dans ces établissements, les ventes ont généralement progressé depuis l'automne 1997, avant la stagnation observée depuis la fin de 1999.

Les ventes des concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs ont diminué de 3,2 % en avril, après une hausse de 4,8 % enregistrée le mois précédent. Le repli des ventes de ces détaillants depuis le début de 2000 a contribué en grande partie au ralentissement observé récemment dans l'ensemble du secteur de l'automobile.

Après une année de fortes augmentations, les stations-service ont enregistré une baisse de leurs ventes en avril (-2,6 %). Cette diminution rend compte d'une réduction temporaire des prix de l'essence en avril (-5,6 %) à la suite d'un accroissement de l'offre de pétrole sur les marchés internationaux. En mai, les prix de l'essence ont repris leur mouvement ascendant, qui avait commencé au cours du printemps 1999, enregistrant une hausse de 1,9 % par rapport à avril.



### Sales setback in clothing stores

Cool weather in April may have caused consumers to delay buying spring and summer fashions. Lower sales in shoe stores (-8.8%), women's clothing stores (-5.8%) and men's clothing stores (-3.9%) led to a 3.2% decline in the clothing sector. April's decline in sales by clothing retailers is also compared with a strong March (+2.9%). Sales in the clothing sector have followed an upward movement since the fall of 1999.

Higher sales in drug stores (+1.8%) in April ended a string of four months of weak results. This gain pushed sales up almost to the peak reached in November 1999. Sales in drug stores generally advanced throughout 1999, after a year of declines in 1998.

Consumers continued in April to increase spending in furniture stores (+1.3%), adding to the strong sales gains observed since the spring of 1996. Food stores posted their third consecutive monthly rise (+1.0%); sales have generally been advancing since early 1996.

General merchandise stores posted a 0.8% gain in April, making up about one-third of the losses reported in the previous two months. Sales were down 0.4% in March and 2.0% in February. April's gain came entirely from rising sales in department stores (+1.5%). Overall, the general merchandise sector sales have been flat since the summer of 1999.

### Retail sales were down in most provinces

In April, New Brunswick (-3.6%), Quebec (-2.9%) and Saskatchewan (-2.4%) posted the largest drops in retail sales. The weak performance in these provinces originated from sizeable declines in the automotive sector. After advancing throughout 1999, retail sales in the three provinces have been slowing down since the start of 2000.

Sales advances were reported by retailers in Prince Edward Island (+2.9%), Alberta (+0.9%), British Columbia (+0.2%) and Newfoundland (+0.2%) in April. Retail sales in Prince Edward Island, Alberta and British Columbia have been generally increasing since the fall of 1998. In Newfoundland, retail sales have generally been rising since the summer of 1998.

### Related indicators for May

Total employment advanced 0.3% in May from April, pushing the unemployment rate down to 6.6%, the lowest level of the last 24 years. However, the number of housing starts (-10.4%), fell for a third consecutive month in May, most likely affected by the third interest rate hike since the start of 2000. Preliminary figures from the auto industry indicate a decline in the number of new motor vehicles sold in May, representing a fourth monthly decline so far this year.

### Recul des ventes dans les magasins de vêtements

Le temps frais que l'on a connu en avril pourrait avoir incité les consommateurs à retarder les achats de vêtements de printemps et d'été. La baisse des ventes des magasins de chaussures (-8,8 %), des magasins de vêtements pour femmes (-5,8 %) et des magasins de vêtements pour hommes (-3,9 %) a mené au recul de 3,2 % enregistré par l'ensemble du secteur de l'habillement. La baisse observée dans ce secteur en avril est également attribuable en partie aux bons résultats enregistrés en mars (+2,9 %). Les ventes du secteur de l'habillement suivent une tendance à la hausse depuis l'automne 1999.

En avril, la hausse des ventes des pharmacies (+1,8 %) a mis fin à une période de faible activité qui a duré quatre mois. Cette progression a ramené les ventes à un niveau légèrement inférieur au point culminant qui avait été atteint en novembre 1999. Les ventes des pharmacies avaient généralement progressé tout au long de 1999, après une année 1998 caractérisée par des baisses.

Les consommateurs ont continué d'accroître leurs dépenses dans les magasins de meubles (+1,3 %) en avril, contribuant ainsi au vigoureux mouvement ascendant des ventes que l'on observe depuis le printemps 1996. En avril, les magasins d'alimentation ont affiché des ventes en hausse pour un troisième mois consécutif (+1,0 %); les ventes de ces établissements progressent généralement depuis le début de 1996.

Grâce à une augmentation de 0,8 % de leurs ventes en avril, les magasins de marchandises diverses ont effacé environ le tiers des pertes déclarées au cours des deux mois précédents. Les ventes avaient diminué de 0,4 % en mars et de 2,0 % en février. La progression enregistrée par ce secteur en avril est entièrement attribuable à la hausse des ventes des grands magasins (+1,5 %). Dans l'ensemble, le secteur des marchandises diverses connaît une stagnation de ses ventes depuis l'été 1999.

### Les ventes ont diminué dans la plupart des provinces

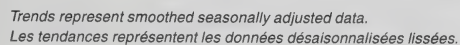
En avril, le Nouveau-Brunswick (-3,6 %), le Québec (-2,9 %) et la Saskatchewan (-2,4 %) ont accusé les plus fortes baisses dans la vente au détail. Les faibles résultats de ces provinces sont attribuables à une diminution importante des ventes dans le secteur de l'automobile. Après avoir progressé tout au long de 1999, les ventes au détail ont ralenti dans ces trois provinces depuis le début de 2000.

Les détaillants ont déclaré des ventes en hausse à l'Île-du-Prince-Édouard (+2,9 %), en Alberta (+0,9 %), en Colombie-Britannique (+0,2 %) et à Terre-Neuve (+0,2 %) en avril. À l'Île-du-Prince-Édouard, en Alberta et en Colombie-Britannique, les ventes au détail sont généralement en progression depuis l'automne 1998. À Terre-Neuve, les ventes au détail sont généralement en hausse depuis l'été 1998.

### Indicateurs connexes pour mai

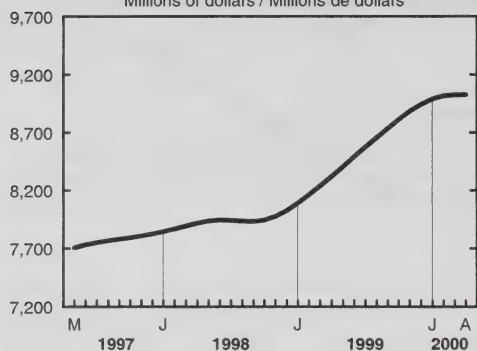
En mai, le nombre total d'emplois a augmenté de 0,3 % par rapport à avril, réduisant ainsi le taux de chômage à 6,6 %. Il s'agit du taux le plus faible enregistré au cours des 24 dernières années. Quant au nombre de mises en chantier de logements, il a diminué pour un troisième mois consécutif en mai (-10,4 %), reflétant fort probablement la troisième hausse des taux d'intérêt que l'on a connue depuis le début de 2000. Des données provisoires provenant du secteur de l'automobile indiquent une diminution du nombre de véhicules neufs vendus en mai. Il s'agit de la quatrième baisse mensuelle de l'année.



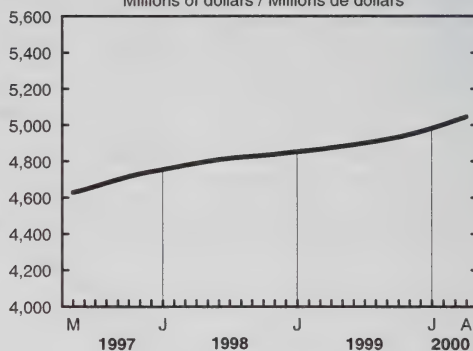
**Canada Ventes au détail – Canada**

**Retail Sales Trends<sup>1</sup> – Canada,  
By Major Group**
**Tendances<sup>1</sup> des ventes au détail – Canada,  
par groupe principal**
**Automotive / Véhicules automobiles**

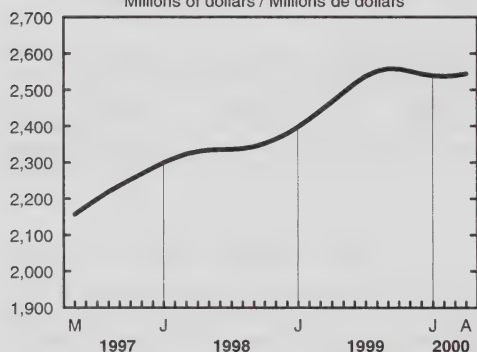
Millions of dollars / Millions de dollars


**Food / Aliments**

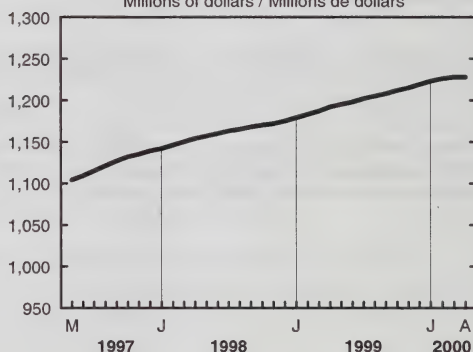
Millions of dollars / Millions de dollars


**General Merchandise / Marchandises diverses**

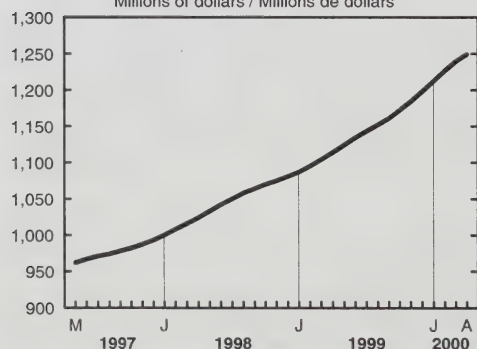
Millions of dollars / Millions de dollars


**Clothing / Vêtements**

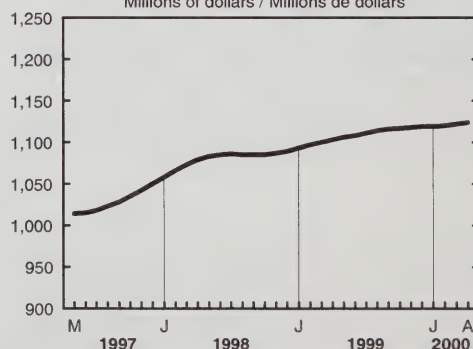
Millions of dollars / Millions de dollars


**Furniture / Meubles**

Millions of dollars / Millions de dollars


**Drug / Pharmacies**

Millions of dollars / Millions de dollars


<sup>1</sup> Trends represent smoothed seasonally adjusted data.

<sup>1</sup> Les tendances représentent les données désaisonnalisées lissées.

For Further Reading

Selected Publications from Statistics Canada

Lectures suggérées

Choisies parmi les publications de Statistique Canada

Title	Catalogue	Titre
New Motor Vehicle Sales, Monthly, Bilingual	63-007-XIB	Ventes de véhicules automobiles neufs, mensuel, bilingue
Wholesale Trade, Monthly, Bilingual	63-008-XIB	Commerce de gros, mensuel, bilingue
Retail Chain and Department Stores, Annual, Bilingual	63-210-XIB	Magasins de détail à succursales et les grands magasins, annuel, bilingue
Wholesaling and Retailing Canada, Annual, Bilingual	63-236-XIB	Les commerces de gros et de détail au Canada, annuel, bilingue
Market Research Handbook, Annual, Bilingual	63-224-XPB	Recueil statistique des études de marché, annuel, bilingue

To order a publication you may telephone 1 (613) 951-7277 or use facsimile number 1 (613) 951-1584. For toll free in Canada only telephone 1 800 267-6677. When ordering by telephone or facsimile a written confirmation is not required.

Pour obtenir une publication veuillez téléphoner au 1 (613) 951-7277 ou utiliser le numéro du télécopieur 1 (613) 951-1584. Pour appeler sans frais, au Canada, composez le 1 800 267-6677. Il n'est pas nécessaire de nous faire parvenir une confirmation pour une commande faite par téléphone ou télécopieur





## **Statistical Tables**

---

## **Tableaux statistiques**

---

Table 1

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Current Periods)**

	Sales					Change from previous month Variation par rapport au mois précédent	
	Ventes						
	April 2000 Avril	March 2000 Mars	February 2000 Février	January 2000 Janvier	Year-to-date 2000 Cumulatif		
	Millions of dollars – Millions de dollars					Per cent – Pourcentage	
<b>Trade Group - Canada</b>							
Supermarkets and grocery stores	4,686.1	4,643.0	4,608.6	4,496.2	18,433.9	0.9	0.7
All other food stores	380.4	375.5	372.8	370.5	1,499.2	1.3	0.7
Drugs and patent medicine stores	1,128.7	1,109.1	1,111.1	1,121.2	4,470.1	1.8	-0.2
Shoe stores	131.3	144.0	137.6	137.7	550.6	-8.8	4.7
Men's clothing stores	126.5	131.6	130.2	128.1	516.4	-3.9	1.1
Women's clothing stores	368.4	391.0	376.9	385.5	1,521.8	-5.8	3.7
Other clothing stores	592.8	592.9	579.3	586.0	2,351.0	0.0	2.3
Household furniture and appliance stores	1,028.7	1,012.8	988.1	998.5	4,028.1	1.6	2.5
Household furnishings stores	230.9	230.1	229.5	224.7	915.2	0.3	0.3
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,915.6	6,109.7	5,831.0	6,146.8	24,003.1	-3.2	4.8
Gasoline service stations	1,762.3	1,810.2	1,780.3	1,667.4	7,020.2	-2.6	1.7
Automotive parts, accessories and services	1,257.6	1,328.1	1,269.8	1,267.8	5,123.3	-5.3	4.6
General merchandise stores	2,554.9	2,534.9	2,544.3	2,596.1	10,230.2	0.8	-0.4
Other semi-durable goods stores	716.9	728.2	704.5	745.1	2,894.7	-1.6	3.4
Other durable goods stores	590.5	606.2	612.7	606.8	2,416.2	-2.6	-1.1
Other retail stores	1,097.9	1,091.8	1,079.5	1,066.6	4,335.8	0.6	1.1
<b>Total, all stores</b>	<b>22,569.3</b>	<b>22,839.1</b>	<b>22,356.2</b>	<b>22,544.9</b>	<b>90,309.5</b>	<b>-1.2</b>	<b>2.2</b>
<b>Regions</b>							
Newfoundland	373.4	372.6	362.1	364.9	1,473.0	0.2	2.9
Prince Edward Island	104.3	101.4	102.5	99.4	407.6	2.9	-1.1
Nova Scotia	695.9	706.7	697.8	673.3	2,773.7	-1.5	1.3
New Brunswick	569.3	590.6	554.9	566.7	2,281.5	-3.6	6.4
Quebec	5,160.4	5,313.1	5,126.5	5,240.1	20,840.1	-2.9	3.6
Ontario	8,602.1	8,688.1	8,514.3	8,606.3	34,410.8	-1.0	2.0
Manitoba	767.2	781.5	776.1	769.9	3,094.7	-1.8	0.7
Saskatchewan	661.7	677.9	665.6	666.4	2,671.6	-2.4	1.8
Alberta	2,630.9	2,608.0	2,573.3	2,582.0	10,394.2	0.9	1.3
British Columbia	2,927.5	2,920.5	2,907.5	2,900.9	11,656.4	0.2	0.4
Yukon	29.3	29.1	28.5	27.9	114.8	0.7	2.1
Nunavut	14.9	15.6	14.7	14.9	60.1	-4.5	6.1
Northwest Territories	32.6	33.8	32.4	32.3	131.1	-3.6	4.3

Tableau 1

**Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(périodes courantes)**

Change from previous month Variation par rapport au mois précédent		Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente				
February 2000 Février	January 2000 Janvier	April 2000 Avril	March 2000 Mars	February 2000 Février	January 2000 Janvier	Year-to-date 2000 Cumulatif
Per cent – Pourcentage						
<b>Groupe de commerce - Canada</b>						
2.5	-3.6	3.7	2.9	2.8	-0.1	2.3
0.6	-1.0	5.2	1.5	3.4	3.1	3.3
-0.9	0.3	3.0	-	-0.2	2.0	1.2
-0.1	0.9	-6.7	2.6	1.3	-0.7	-0.9
1.6	0.1	-0.3	1.9	2.0	1.5	1.3
-2.2	1.4	-0.9	4.3	-0.2	3.2	1.6
-1.1	4.2	6.8	7.8	5.6	10.6	7.7
-1.0	2.8	19.0	13.7	11.5	13.6	14.5
2.1	1.2	10.2	11.0	10.9	9.8	10.5
-5.1	0.6	4.6	6.4	1.6	11.5	6.0
6.8	-1.4	21.4	32.0	35.5	24.5	28.2
0.2	-3.4	2.7	8.9	5.9	1.3	4.7
-2.0	4.6	4.2	3.9	4.6	5.3	4.5
-5.4	8.8	2.1	1.8	1.5	6.4	3.0
1.0	1.8	0.8	1.6	4.1	2.3	2.2
1.2	-2.1	5.7	6.2	5.3	4.2	5.4
<b>-0.8</b>	<b>0.1</b>	<b>5.7</b>	<b>6.7</b>	<b>5.3</b>	<b>6.8</b>	<b>6.1</b>
<b>Total, ensemble des magasins</b>						
<b>Régions</b>						
-0.8	1.4	8.8	4.4	5.2	7.3	6.4
3.1	-2.4	13.9	9.6	14.7	6.8	11.2
3.6	-4.5	7.1	5.6	5.0	0.5	4.5
-2.1	-0.7	5.3	9.9	3.7	7.4	6.6
-2.2	0.8	2.7	4.8	2.2	5.3	3.7
-1.1	0.7	6.3	7.8	6.4	8.9	7.4
0.8	-1.0	3.2	3.5	4.0	2.7	3.4
-0.1	-1.1	3.9	7.2	6.2	5.0	5.6
-0.3	0.2	11.1	9.1	8.2	9.3	9.4
0.2	-0.9	4.7	5.8	5.6	4.6	5.2
2.2	-2.1	6.9	9.0	0.4	6.5	5.6
-1.3	2.8	-2.6	8.3	8.9	3.5	4.3
0.3	-1.5	18.1	6.3	5.5	4.2	8.3
<b>Territoires du Nord Ouest</b>						

Table 2

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Current Periods)**

	Sales Ventes				
	April 2000 Avril	March 2000 Mars	February 2000 Février	January 2000 Janvier	Year-to-date 2000 Cumulatif
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Trade Group - Canada</b>					
Supermarkets and grocery stores	4,636.8	4,611.8	4,181.9	4,313.4	17,743.9
All other food stores	384.5	354.8	332.6	321.0	1,392.9
Drugs and patent medicine stores	1,079.0	1,101.3	1,043.4	1,070.6	4,294.3
Shoe stores	131.7	116.6	83.3	105.5	437.1
Men's clothing stores	110.8	102.1	83.9	98.7	395.5
Women's clothing stores	352.9	331.8	264.1	276.1	1,224.9
Other clothing stores	527.9	513.3	394.2	424.8	1,860.2
Household furniture and appliance stores	907.5	912.5	791.8	828.9	3,440.7
Household furnishings stores	206.6	214.4	185.6	171.3	777.9
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	6,346.4	6,599.5	4,854.5	4,648.2	22,448.6
Gasoline service stations	1,635.4	1,746.2	1,579.4	1,525.5	6,486.5
Automotive parts, accessories and services	1,207.4	1,201.7	985.7	1,050.7	4,445.5
General merchandise stores	2,359.0	2,223.6	1,886.2	1,929.0	8,397.8
Other semi-durable goods stores	639.7	570.0	503.7	537.8	2,251.2
Other durable goods stores	528.5	498.1	455.8	485.8	1,968.2
Other retail stores	1,011.2	977.7	837.9	811.2	3,638.0
<b>Total, all stores</b>	<b>22,065.4</b>	<b>22,075.5</b>	<b>18,463.9</b>	<b>18,598.5</b>	<b>81,203.3</b>
<b>Regions</b>					
Newfoundland	358.4	357.7	285.5	280.8	1,282.4
Prince Edward Island	94.3	87.6	78.0	75.4	335.3
Nova Scotia	670.9	666.9	577.2	552.7	2,467.7
New Brunswick	550.3	552.7	444.5	443.4	1,990.9
Quebec	5,250.8	5,199.3	4,184.5	4,250.7	18,885.3
Ontario	8,278.7	8,350.0	7,013.7	7,055.5	30,697.9
Manitoba	746.6	765.7	648.6	641.8	2,802.7
Saskatchewan	639.8	639.4	548.6	564.5	2,392.3
Alberta	2,554.9	2,531.7	2,124.4	2,179.4	9,390.4
British Columbia	2,846.5	2,847.3	2,496.7	2,492.4	10,682.9
Yukon	27.1	26.9	21.2	21.6	96.8
Nunavut	15.2	15.5	13.1	13.0	56.8
Northwest Territories	32.0	34.9	28.0	27.3	122.2



Tableau 2

**Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(périodes courantes)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					
April 2000 Avril	March 2000 Mars	February 2000 Février	January 2000 Janvier	Year-to-date 2000 Cumulatif	
Per cent – Pourcentage					
<b>Groupe de commerce - Canada</b>					
2.8	7.7	5.6	-3.9	2.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries
8.2	2.1	5.4	0.2	4.0	Tous les autres magasins d'alimentation
0.1	1.1	2.8	0.7	1.2	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-7.4	7.5	3.3	-2.9	-0.7	Magasins de chaussures
-3.4	6.8	5.3	-0.1	1.7	Magasins de vêtements pour hommes
-2.6	7.6	4.3	0.3	2.2	Magasins de vêtements pour femmes
5.7	11.3	8.9	8.9	8.6	Autres magasins de vêtements
16.8	15.3	15.7	12.4	15.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
6.7	11.0	15.5	8.8	10.4	Magasins d'accessoires d'ameublement
-2.1	8.3	6.5	10.3	5.2	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
16.8	34.3	38.9	24.4	28.1	Stations-service
-1.7	10.4	9.9	1.2	4.5	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
3.8	5.2	8.1	6.0	5.6	Magasins de marchandises diverses
1.3	2.5	4.9	5.9	3.5	Autres magasins de produits semi-durables
-1.5	5.9	8.0	2.5	3.4	Autres magasins de produits durables
4.5	12.3	6.8	0.4	6.1	Autres magasins de vente au détail
<b>2.4</b>	<b>9.4</b>	<b>9.0</b>	<b>4.9</b>	<b>6.3</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Régions</b>					
4.9	8.7	8.9	4.5	6.7	Terre-Neuve
11.1	10.5	19.3	4.7	11.2	Île-du-Prince-Édouard
1.9	8.8	8.9	-0.7	4.7	Nouvelle-Écosse
2.1	12.1	7.6	5.3	6.7	Nouveau-Brunswick
-1.1	8.7	6.3	3.4	4.1	Québec
3.1	10.6	9.9	6.7	7.4	Ontario
-0.3	7.0	7.7	0.8	3.7	Manitoba
1.0	9.3	9.5	3.1	5.5	Saskatchewan
8.2	10.7	11.7	8.0	9.6	Alberta
2.5	7.0	9.4	3.0	5.4	Colombie-Britannique
4.2	9.3	2.9	5.9	5.7	Yukon
-1.9	8.4	9.2	4.8	4.8	Nunavut
15.1	11.1	8.9	3.4	9.8	Territoires du Nord Ouest

Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Canada</b>					
Supermarkets and grocery stores	13,107.1	14,006.9	14,037.0	13,725.9	12,730.5
All other food stores	1,008.4	1,187.7	1,101.6	1,116.3	983.4
Drugs and patent medicine stores	3,215.3	3,647.6	3,279.8	3,240.7	3,166.7
Shoe stores	305.4	475.3	405.0	447.5	297.8
Men's clothing stores	284.7	553.4	343.1	365.7	274.0
Women's clothing stores	872.0	1,423.0	1,105.3	1,139.7	836.8
Other clothing stores	1,332.3	2,201.2	1,715.0	1,537.5	1,213.2
Household furniture and appliance stores	2,533.3	3,511.1	2,847.2	2,510.8	2,213.0
Household furnishings stores	571.4	775.6	667.1	618.2	511.2
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	16,102.2	16,310.7	18,351.2	19,848.3	14,866.1
Gasoline service stations	4,851.2	4,927.6	4,985.5	4,423.7	3,663.5
Automotive parts, accessories and services	3,238.0	4,148.3	3,802.0	3,963.9	3,024.2
General merchandise stores	6,038.7	9,791.5	7,397.1	7,124.0	5,676.9
Other semi-durable goods stores	1,611.5	2,516.1	2,232.7	2,200.0	1,544.0
Other durable goods stores	1,439.7	2,218.6	1,788.8	1,686.6	1,366.2
Other retail stores	2,626.8	3,629.0	3,373.7	3,155.4	2,463.1
<b>Total, all stores</b>	<b>59,137.9</b>	<b>71,323.6</b>	<b>67,432.1</b>	<b>67,104.3</b>	<b>54,830.7</b>
<b>Newfoundland</b>					
Supermarkets and grocery stores	257.4	276.3	284.9	281.2	254.7
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	58.5	68.0	58.6	59.2	56.6
Shoe stores	2.5	4.6	3.9	3.6	2.5
Men's clothing stores	2.0	7.6	3.6	3.7	2.7
Women's clothing stores	8.6	21.8	13.6	13.4	9.2
Other clothing stores	11.2	27.0	16.8	12.8	10.7
Household furniture and appliance stores	26.7	46.9	34.3	29.4	24.2
Household furnishings stores	1.6	2.6	2.4	1.9	1.5
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	245.0	214.2	280.9	323.7	205.7
Gasoline service stations	86.4	95.6	104.7	91.9	77.7
Automotive parts, accessories and services	44.6	68.0	54.2	57.1	41.0
General merchandise stores	114.0	221.9	151.3	136.7	110.3
Other semi-durable goods stores	14.2	29.9	23.4	22.5	14.4
Other durable goods stores	9.3	20.1	13.1	10.9	7.4
Other retail stores	31.7	47.2	40.6	36.4	30.7
<b>Total, all stores</b>	<b>924.1</b>	<b>1,165.0</b>	<b>1,100.0</b>	<b>1,098.1</b>	<b>859.8</b>

Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	
Per cent – Pourcentage					
<b>Canada</b>					
3.0	3.1	2.5	1.4	1.7	Supermarchés d'alimentation et épicerie
2.5	3.3	1.0	0.4	1.9	Tous les autres magasins d'alimentation
1.5	4.3	2.4	1.1	4.2	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
2.6	-1.3	-5.0	-3.2	-0.8	Magasins de chaussures
3.9	-1.3	-1.3	-4.6	-5.6	Magasins de vêtements pour hommes
4.2	4.6	1.0	0.8	2.0	Magasins de vêtements pour femmes
9.8	5.4	5.7	8.7	7.0	Autres magasins de vêtements
14.5	11.3	9.4	8.9	8.3	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
11.8	7.8	6.4	4.6	4.0	Magasins d'accessoires d'ameublement
8.3	9.9	10.5	2.7	8.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
32.4	23.5	15.9	7.1	-2.7	Stations-service
7.1	5.4	3.7	2.9	5.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
6.4	5.0	10.6	7.1	7.3	Magasins de marchandises diverses
4.4	0.3	5.6	4.0	4.3	Autres magasins de produits semi-durables
5.4	3.1	2.7	3.3	11.6	Autres magasins de produits durables
6.6	9.7	7.6	8.1	6.5	Autres magasins de vente au détail
<b>7.9</b>	<b>7.0</b>	<b>7.1</b>	<b>3.6</b>	<b>5.0</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Terre-Neuve</b>					
1.1	-1.0	1.7	1.5	0.8	Supermarchés d'alimentation et épicerie
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
3.4	2.7	6.0	2.4	-0.7	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-	-	5.4	-2.7	4.2	Magasins de chaussures
-25.9	-3.8	-14.3	-22.9	-3.6	Magasins de vêtements pour hommes
-6.5	1.9	2.3	6.3	7.0	Magasins de vêtements pour femmes
4.7	9.3	3.1	4.1	21.6	Autres magasins de vêtements
10.3	7.3	15.5	25.1	30.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
6.7	-7.1	9.1	-5.0	-	Magasins d'accessoires d'ameublement
19.1	20.1	16.2	11.5	17.4	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
11.2	4.5	6.9	3.1	-2.3	Stations-service
8.8	10.2	6.1	15.8	11.7	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
3.4	5.7	10.9	7.4	7.8	Magasins de marchandises diverses
-1.4	4.9	4.5	11.4	10.8	Autres magasins de produits semi-durables
25.7	14.9	8.3	14.7	13.8	Autres magasins de produits durables
3.3	9.0	4.6	0.8	7.7	Autres magasins de vente au détail
<b>7.5</b>	<b>6.6</b>	<b>8.2</b>	<b>7.0</b>	<b>7.1</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Prince Edward Island</b>					
Supermarkets and grocery stores	68.5	74.4	81.1	73.7	64.0
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	16.8	19.6	18.2	17.2	16.5
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	x	x	x	x	x
Other clothing stores	4.5	10.1	9.7	6.2	4.6
Household furniture and appliance stores	6.7	9.9	7.9	7.4	6.5
Household furnishings store	2.9	5.3	4.9	3.9	3.0
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	48.6	56.7	62.2	66.1	43.0
Gasoline service stations	30.8	34.1	42.0	31.2	23.1
Automotive parts, accessories and services	14.1	20.4	19.4	20.6	13.1
General merchandise stores	18.8	37.2	28.6	22.6	16.1
Other semi-durable goods stores	8.2	12.8	18.2	12.7	7.4
Other durable goods stores	3.5	7.3	6.9	5.0	3.0
Other retail stores	9.8	13.7	17.6	13.4	8.8
<b>Total, all stores</b>	<b>241.0</b>	<b>316.1</b>	<b>331.8</b>	<b>292.0</b>	<b>216.7</b>
<b>Nova Scotia</b>					
Supermarkets and grocery stores	488.5	516.5	515.3	496.2	464.7
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	127.2	147.7	131.5	126.1	125.1
Shoe stores	4.3	7.8	6.8	6.8	4.7
Men's clothing stores	3.3	8.4	4.7	4.8	3.5
Women's clothing stores	20.9	41.5	29.2	32.0	23.6
Other clothing stores	28.2	59.6	41.3	31.9	25.9
Household furniture and appliance stores	58.2	84.3	62.1	51.5	46.3
Household furnishings store	8.7	15.6	15.5	14.1	11.3
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	450.1	426.4	510.0	601.7	434.8
Gasoline service stations	168.8	191.9	202.3	181.5	135.6
Automotive parts, accessories and services	89.2	129.1	111.7	112.7	83.7
General merchandise stores	170.8	330.8	220.3	208.5	164.8
Other semi-durable goods stores	45.8	86.3	69.4	60.3	44.5
Other durable goods stores	33.8	60.8	44.8	38.9	31.2
Other retail stores	82.8	121.8	120.3	108.2	80.8
<b>Total, all stores</b>	<b>1,796.8</b>	<b>2,251.4</b>	<b>2,109.7</b>	<b>2,099.2</b>	<b>1,699.2</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	
Per cent – Pourcentage					
<b>Île-du-Prince-Édouard</b>					
7.0	14.6	14.5	16.1	11.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
1.8	-	-1.1	-2.8	-2.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour femmes
-2.2	4.1	10.2	21.6	17.9	Autres magasins de vêtements
3.1	12.5	23.4	19.4	16.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
-3.3	15.2	-	-2.5	25.0	Magasins d'accessoires d'ameublement
13.0	27.1	11.1	-5.7	1.2	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
33.3	25.8	21.0	5.8	-13.5	Stations-service
7.6	6.8	6.6	9.6	13.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
16.8	17.7	26.0	5.6	-4.2	Magasins de marchandises diverses
10.8	2.4	4.0	6.7	1.4	Autres magasins de produits semi-durables
16.7	19.7	25.5	28.2	15.4	Autres magasins de produits durables
11.4	1.5	8.6	10.7	6.0	Autres magasins de vente au détail
<b>11.2</b>	<b>14.4</b>	<b>12.9</b>	<b>6.2</b>	<b>4.0</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Nouvelle-Écosse</b>					
5.1	5.9	4.3	5.8	4.5	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
1.7	5.6	1.2	-0.2	-1.3	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-8.5	-	-1.4	-5.6	-	Magasins de chaussures
-5.7	3.7	6.8	-2.0	-5.4	Magasins de vêtements pour hommes
-11.4	-7.2	-9.9	10.3	18.0	Magasins de vêtements pour femmes
8.9	7.6	7.8	11.1	12.1	Autres magasins de vêtements
25.7	23.1	20.8	18.1	14.0	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
-23.0	2.6	50.5	60.2	44.9	Magasins d'accessoires d'ameublement
3.5	-1.1	3.0	0.0	3.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
24.5	27.6	23.1	24.1	3.4	Stations-service
6.6	3.8	1.5	-0.4	5.7	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
3.6	6.2	11.1	9.7	10.0	Magasins de marchandises diverses
2.9	9.2	0.9	-8.6	5.7	Autres magasins de produits semi-durables
8.3	5.9	5.7	2.4	17.7	Autres magasins de produits durables
2.5	7.8	6.7	9.2	6.5	Autres magasins de vente au détail
<b>5.7</b>	<b>6.3</b>	<b>6.4</b>	<b>5.2</b>	<b>5.3</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>New Brunswick</b>					
Supermarkets and grocery stores	393.8	428.7	423.3	396.3	358.9
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	86.3	97.4	85.2	82.8	78.6
Shoe stores	4.3	7.4	6.7	6.6	4.1
Men's clothing stores	4.4	10.4	6.2	5.9	4.8
Women's clothing stores	15.1	30.5	20.8	21.1	14.4
Other clothing stores	23.5	47.9	33.8	27.5	21.6
Household furniture and appliance stores	40.8	63.9	48.9	40.1	37.1
Household furnishings stores	11.0	17.7	14.5	12.3	9.3
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	380.3	383.8	483.9	560.5	363.2
Gasoline service stations	142.0	159.1	168.8	142.2	120.0
Automotive parts, accessories and services	79.3	113.8	96.9	97.4	66.8
General merchandise stores	138.5	262.3	179.3	167.4	129.3
Other semi-durable goods stores	38.2	57.6	51.7	50.3	37.4
Other durable goods stores	20.9	42.1	28.9	25.4	18.6
Other retail stores	53.4	78.0	79.5	68.0	49.7
<b>Total, all stores</b>	<b>1,440.6</b>	<b>1,813.2</b>	<b>1,745.4</b>	<b>1,721.9</b>	<b>1,327.1</b>
<b>Quebec</b>					
Supermarkets and grocery stores	3,372.3	3,599.9	3,664.8	3,615.4	3,352.8
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	702.4	749.3	680.8	676.1	673.2
Shoe stores	92.1	170.7	133.8	155.2	88.7
Men's clothing stores	55.2	111.0	71.3	86.7	61.1
Women's clothing stores	225.5	371.6	296.3	318.8	219.6
Other clothing stores	332.6	517.1	440.2	428.9	303.0
Household furniture and appliance stores	624.0	891.4	774.4	697.6	543.6
Household furnishings stores	98.1	139.7	123.1	124.3	93.7
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	3,784.8	3,726.0	4,480.8	5,077.2	3,597.2
Gasoline service stations	1,057.4	1,058.9	1,025.4	911.8	779.2
Automotive parts, accessories and services	778.6	1,042.6	926.7	1,011.4	726.0
General merchandise stores	1,188.0	1,818.5	1,429.4	1,446.9	1,121.3
Other semi-durable goods stores	308.9	444.9	448.8	460.4	299.9
Other durable goods stores	301.9	425.7	363.8	370.6	292.1
Other retail stores	398.2	592.9	503.0	519.1	377.3
<b>Total, all stores</b>	<b>13,634.4</b>	<b>16,007.3</b>	<b>15,687.5</b>	<b>16,238.2</b>	<b>12,833.2</b>

Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	
Per cent – Pourcentage					
<b>Nouveau-Brunswick</b>					
9.7	9.4	8.8	5.4	4.0	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
9.8	6.4	3.5	2.6	0.5	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
4.9	-	11.7	15.8	13.9	Magasins de chaussures
-8.3	-8.8	-1.6	-	11.6	Magasins de vêtements pour hommes
4.9	6.6	3.5	7.7	7.5	Magasins de vêtements pour femmes
8.8	8.4	3.4	7.4	10.8	Autres magasins de vêtements
10.0	10.0	15.9	4.4	13.8	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
18.3	21.2	12.4	5.1	10.7	Magasins d'accessoires d'ameublement
4.7	27.7	20.2	11.1	16.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
18.3	15.5	11.7	7.6	-5.0	Stations-service
18.7	5.0	-0.4	-5.0	-2.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
7.1	6.5	8.5	5.2	4.9	Magasins de marchandises diverses
2.1	2.7	8.6	6.8	36.0	Autres magasins de produits semi-durables
12.4	10.5	7.8	7.2	10.1	Autres magasins de produits durables
7.4	8.6	8.0	7.6	11.7	Autres magasins de vente au détail
<b>8.6</b>	<b>11.8</b>	<b>10.9</b>	<b>6.8</b>	<b>7.5</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Québec</b>					
0.6	2.7	4.8	5.6	4.7	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
4.3	2.6	-4.9	-7.4	-3.5	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
3.8	0.4	-5.4	-5.0	-2.0	Magasins de chaussures
-9.7	-8.2	-8.6	-7.6	1.0	Magasins de vêtements pour hommes
2.7	4.2	-3.7	-4.1	-4.3	Magasins de vêtements pour femmes
9.8	5.0	1.4	5.7	7.4	Autres magasins de vêtements
14.8	11.1	9.3	9.9	12.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
4.7	2.9	-2.1	-2.3	10.9	Magasins d'accessoires d'ameublement
5.2	5.7	12.7	8.6	16.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
35.7	28.7	20.9	13.6	2.1	Stations-service
7.2	6.6	6.5	3.1	-1.6	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
5.9	4.4	8.1	6.6	6.7	Magasins de marchandises diverses
3.0	-6.9	-6.4	-7.2	-8.3	Autres magasins de produits semi-durables
3.4	-0.4	3.1	7.6	22.1	Autres magasins de produits durables
5.5	15.4	12.8	9.5	14.6	Autres magasins de vente au détail
<b>6.2</b>	<b>5.7</b>	<b>7.1</b>	<b>5.5</b>	<b>7.1</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Ontario</b>					
Supermarkets and grocery stores	4,118.3	4,371.1	4,371.4	4,317.7	4,015.4
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	1,309.5	1,494.5	1,379.6	1,375.6	1,327.9
Shoe stores	119.5	173.5	151.1	170.5	119.8
Men's clothing stores	129.2	248.1	152.0	157.1	115.1
Women's clothing stores	359.6	590.7	438.6	460.3	336.9
Other clothing stores	521.1	895.0	651.5	586.6	472.2
Household furniture and appliance stores	955.8	1,283.3	1,043.6	905.5	802.2
Household furnishings stores	254.6	341.6	284.2	255.9	210.8
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	6,201.8	6,541.9	7,204.1	7,614.8	5,661.2
Gasoline service stations	1,902.4	1,878.4	1,821.4	1,641.2	1,382.1
Automotive parts, accessories and services	1,258.4	1,603.4	1,457.4	1,524.8	1,172.8
General merchandise stores	2,385.4	3,956.7	2,944.3	2,821.7	2,224.5
Other semi-durable goods stores	725.4	1,158.3	1,013.6	968.5	674.4
Other durable goods stores	571.1	918.9	716.0	672.1	531.8
Other retail stores	1,159.2	1,606.0	1,517.0	1,382.1	1,074.2
<b>Total, all stores</b>	<b>22,419.2</b>	<b>27,604.6</b>	<b>25,642.3</b>	<b>25,353.4</b>	<b>20,549.5</b>
<b>Manitoba</b>					
Supermarkets and grocery stores	527.8	559.0	546.1	532.0	489.5
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	72.5	80.9	70.4	68.9	69.8
Shoe stores	8.9	13.4	11.0	12.3	8.9
Men's clothing stores	7.9	17.1	10.4	11.4	7.9
Women's clothing stores	22.4	36.5	29.6	29.8	21.9
Other clothing stores	39.2	66.8	51.2	45.3	37.4
Household furniture and appliance stores	76.7	106.5	85.4	74.5	71.7
Household furnishings stores	15.1	18.0	16.7	15.2	11.8
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	592.0	618.6	676.6	701.1	598.5
Gasoline service stations	180.4	184.6	186.4	167.5	143.0
Automotive parts, accessories and services	95.7	123.0	111.8	124.0	100.5
General merchandise stores	235.1	379.8	284.8	279.0	223.6
Other semi-durable goods stores	42.4	75.3	55.2	54.8	42.2
Other durable goods stores	44.4	66.4	54.7	54.7	40.8
Other retail stores	78.5	111.4	102.0	95.1	72.5
<b>Total, all stores</b>	<b>2,056.1</b>	<b>2,478.7</b>	<b>2,308.9</b>	<b>2,281.5</b>	<b>1,954.4</b>



Tableau 3

**Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région**  
**(estimations trimestrielles)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	
Per cent - Pourcentage					
<b>Ontario</b>					
2.6	2.1	0.5	-1.9	-0.8	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
-1.4	3.0	3.7	4.9	9.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-0.3	-3.1	-6.8	-2.0	1.4	Magasins de chaussures
12.3	3.2	2.0	-1.8	-4.8	Magasins de vêtements pour hommes
6.7	6.4	2.8	4.4	4.3	Magasins de vêtements pour femmes
10.4	8.2	12.3	17.2	8.7	Autres magasins de vêtements
19.1	14.5	11.3	10.5	6.6	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
20.8	11.1	8.5	8.3	0.4	Magasins d'accessoires d'ameublement
9.5	14.0	15.3	3.4	11.4	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
37.6	25.1	16.9	8.9	2.4	Stations-service
7.3	6.4	3.3	3.6	10.3	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
7.2	5.7	12.8	8.9	9.5	Magasins de marchandises diverses
7.6	3.4	13.9	10.6	9.0	Autres magasins de produits semi-durables
7.4	4.2	4.0	4.3	11.9	Autres magasins de produits durables
7.9	10.0	7.3	9.7	5.0	Autres magasins de vente au détail
<b>9.1</b>	<b>8.6</b>	<b>9.2</b>	<b>4.6</b>	<b>6.6</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Manitoba</b>					
7.8	4.2	2.1	-0.4	-1.4	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
3.9	6.3	1.4	1.6	3.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-	-13.5	-12.0	-3.9	-1.1	Magasins de chaussures
-	0.6	11.8	0.9	1.3	Magasins de vêtements pour hommes
2.3	6.1	8.8	8.8	9.0	Magasins de vêtements pour femmes
4.8	-0.7	6.0	4.4	4.2	Autres magasins de vêtements
7.0	3.2	6.5	4.2	4.2	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
28.0	24.1	26.5	19.7	11.3	Magasins d'accessoires d'ameublement
-1.1	-2.0	0.7	-6.1	5.3	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
26.2	27.8	19.3	10.3	7.7	Stations-service
-4.8	-0.1	-5.3	3.6	14.7	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
5.1	1.9	7.9	4.5	4.9	Magasins de marchandises diverses
0.5	0.9	13.3	9.4	7.7	Autres magasins de produits semi-durables
8.8	7.6	4.8	0.2	3.8	Autres magasins de produits durables
8.3	7.3	12.6	9.2	6.9	Autres magasins de vente au détail
<b>5.2</b>	<b>3.4</b>	<b>4.2</b>	<b>0.2</b>	<b>3.9</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Saskatchewan</b>					
Supermarkets and grocery stores	427.7	468.9	480.9	469.8	427.1
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	89.4	100.9	94.0	92.2	93.2
Shoe stores	5.1	6.3	5.4	6.2	4.6
Men's clothing stores	6.1	12.0	7.6	8.2	6.5
Women's clothing stores	20.4	31.2	24.3	25.9	19.0
Other clothing stores	33.7	58.3	44.6	39.3	31.1
Household furniture and appliance stores	61.5	89.0	61.6	57.5	55.3
Household furnishings stores	16.3	22.2	20.1	18.9	15.5
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	445.3	481.2	499.7	531.0	409.3
Gasoline service stations	162.1	174.3	181.0	153.5	127.2
Automotive parts, accessories and services	115.5	138.3	130.2	128.7	102.7
General merchandise stores	220.1	342.2	261.4	251.5	205.2
Other semi-durable goods stores	36.6	57.3	44.4	49.7	35.6
Other durable goods stores	39.4	66.2	47.8	46.1	35.3
Other retail stores	58.2	80.6	72.5	68.7	54.0
<b>Total, all stores</b>	<b>1,752.5</b>	<b>2,149.3</b>	<b>1,990.0</b>	<b>1,961.5</b>	<b>1,633.7</b>
<b>Alberta</b>					
Supermarkets and grocery stores	1,556.5	1,661.7	1,626.0	1,576.3	1,466.1
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	307.0	362.3	318.8	313.0	302.3
Shoe stores	27.8	37.6	33.6	33.7	25.6
Men's clothing stores	39.0	68.4	42.9	44.8	37.5
Women's clothing stores	89.1	131.3	104.9	103.2	84.3
Other clothing stores	153.6	243.9	202.0	166.2	142.5
Household furniture and appliance stores	334.1	461.2	356.0	308.5	290.1
Household furnishings stores	66.7	85.3	74.2	69.8	61.0
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	1,934.7	2,032.9	2,066.4	2,131.0	1,703.6
Gasoline service stations	538.1	544.9	559.3	491.4	403.5
Automotive parts, accessories and services	348.3	437.7	425.7	431.9	330.3
General merchandise stores	699.8	1,109.8	841.6	793.6	654.1
Other semi-durable goods stores	169.0	266.0	210.5	213.1	161.2
Other durable goods stores	166.4	260.4	215.6	196.9	160.7
Other retail stores	367.2	466.5	437.4	418.2	343.0
<b>Total, all stores</b>	<b>6,835.5</b>	<b>8,220.2</b>	<b>7,559.9</b>	<b>7,336.1</b>	<b>6,207.6</b>

Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	
Per cent - Pourcentage					
<b>Saskatchewan</b>					
0.1	-0.9	-0.8	-1.7	-0.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
-4.1	-4.9	-4.4	-4.9	-3.8	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
10.9	-3.1	-6.9	-13.9	-14.8	Magasins de chaussures
-6.2	-7.7	-6.2	-9.9	-9.7	Magasins de vêtements pour hommes
7.4	2.0	0.8	4.9	-4.5	Magasins de vêtements pour femmes
8.4	4.7	6.7	3.7	11.5	Autres magasins de vêtements
11.2	9.1	3.5	8.3	2.6	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
5.2	7.8	3.1	2.2	-	Magasins d'accessoires d'ameublement
8.8	4.0	1.9	-2.2	-7.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
27.4	26.5	19.5	8.3	1.0	Stations-service
12.5	-0.9	-8.8	1.7	-0.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
7.3	5.0	8.5	5.5	5.0	Magasins de marchandises diverses
2.8	0.5	1.8	0.2	-6.1	Autres magasins de produits semi-durables
11.6	8.0	3.2	1.8	5.7	Autres magasins de produits durables
7.8	6.9	1.5	2.2	2.5	Autres magasins de vente au détail
<b>7.3</b>	<b>4.1</b>	<b>2.4</b>	<b>0.5</b>	<b>-1.7</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Alberta</b>					
6.2	4.3	3.0	2.6	5.2	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
1.6	7.0	10.6	6.4	5.7	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
8.6	1.3	-6.4	-8.4	-3.4	Magasins de chaussures
4.0	-5.4	-1.6	-8.6	-15.5	Magasins de vêtements pour hommes
5.7	3.5	0.6	1.0	10.2	Magasins de vêtements pour femmes
7.8	-1.5	-6.3	-7.9	-2.5	Autres magasins de vêtements
15.2	10.8	11.8	7.5	5.6	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
9.3	-0.4	-1.7	-5.3	-0.5	Magasins d'accessoires d'ameublement
13.6	14.7	7.2	-5.1	-0.2	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
33.4	25.1	15.4	4.5	-5.8	Stations-service
5.4	1.0	2.0	2.1	4.3	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
7.0	4.8	9.4	5.3	7.7	Magasins de marchandises diverses
4.8	4.8	6.2	6.3	9.4	Autres magasins de produits semi-durables
3.5	1.7	1.6	-1.8	4.5	Autres magasins de produits durables
7.1	7.2	6.3	8.7	11.0	Autres magasins de vente au détail
<b>10.1</b>	<b>7.9</b>	<b>6.0</b>	<b>0.6</b>	<b>3.0</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>British Columbia</b>					
Supermarkets and grocery stores	1,847.0	1,996.1	1,987.4	1,913.6	1,790.4
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	437.9	518.5	435.1	422.0	416.6
Shoe stores	39.9	52.2	50.7	51.0	37.8
Men's clothing stores	36.3	66.5	41.4	41.0	33.5
Women's clothing stores	107.0	160.9	141.6	130.0	104.6
Other clothing stores	182.2	272.2	220.7	189.9	162.3
Household furniture and appliance stores	344.9	469.2	368.3	334.4	332.3
Household furnishings stores	95.4	126.0	110.5	101.2	92.8
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	1,984.6	1,799.6	2,047.2	2,199.6	1,816.6
Gasoline service stations	567.3	591.8	676.6	597.5	459.5
Automotive parts, accessories and services	404.3	458.5	453.3	441.2	377.5
General merchandise stores	813.5	1,267.2	995.8	936.5	776.1
Other semi-durable goods stores	217.4	320.1	289.9	301.0	221.9
Other durable goods stores	245.0	344.5	290.8	260.1	241.7
Other retail stores	378.5	499.5	471.7	435.4	362.9
<b>Total, all stores</b>	<b>7,836.4</b>	<b>9,092.8</b>	<b>8,721.3</b>	<b>8,496.2</b>	<b>7,361.8</b>
<b>Yukon, Northwest Territories and Nunavut</b>					
Supermarkets and grocery stores	49.3	54.1	56.0	53.7	46.9
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	x
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	0.9	1.4	1.2	1.2	0.9
Other clothing stores	x	x	x	x	x
Household furniture and appliance stores	4.1	5.7	4.6	4.3	3.8
Household furnishings stores	1.0	1.4	1.0	0.8	0.5
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	x	x	x	x	x
Gasoline service stations	x	x	x	x	x
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	x
General merchandise stores	54.7	65.0	60.3	59.8	51.7
Other semi-durable goods stores	5.4	7.7	7.7	6.9	4.9
Other durable goods stores	4.0	6.2	6.5	5.8	3.5
Other retail stores	9.2	11.4	12.3	10.6	9.2
<b>Total, all stores</b>	<b>201.4</b>	<b>224.9</b>	<b>235.3</b>	<b>225.9</b>	<b>187.7</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	
Per cent – Pourcentage					
<b>Colombie-Britannique</b>					
3.2	3.9	1.3	-1.1	-1.1	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
5.1	10.6	6.9	1.4	5.7	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
5.6	0.8	1.4	2.4	-2.1	Magasins de chaussures
8.4	2.2	-1.0	-4.4	-9.9	Magasins de vêtements pour hommes
2.3	3.9	6.3	-4.6	-1.2	Magasins de vêtements pour femmes
12.3	5.0	8.8	10.6	8.4	Autres magasins de vêtements
3.8	5.1	1.3	2.7	7.0	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
2.8	7.0	10.5	6.5	4.6	Magasins d'accessoires d'ameublement
9.2	4.0	-0.7	-2.1	1.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
23.5	11.8	6.0	-7.7	-22.1	Stations-service
7.1	7.1	8.4	1.6	3.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
4.8	3.8	10.0	4.4	3.6	Magasins de marchandises diverses
-2.0	-6.5	0.2	3.3	3.3	Autres magasins de produits semi-durables
1.4	2.2	-2.2	-0.9	6.1	Autres magasins de produits durables
4.3	6.8	5.2	3.0	-0.6	Autres magasins de vente au détail
6.4	4.6	3.1	-0.3	-0.2	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Yukon, Territoires du Nord-Ouest et Nunavut</b>					
5.1	9.3	8.1	6.3	3.5	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
x	x	x	x	x	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
-	-6.7	-	-7.7	-	Magasins de vêtements pour femmes
x	x	x	x	x	Autres magasins de vêtements
7.9	11.8	2.2	13.2	-	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
100.0	75.0	11.1	-	-44.4	Magasins d'accessoires d'ameublement
x	x	x	x	x	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
x	x	x	x	x	Stations-service
x	x	x	x	x	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
5.8	7.4	7.7	14.1	5.7	Magasins de marchandises diverses
10.2	1.3	-2.5	-4.2	-	Autres magasins de produits semi-durables
14.3	-4.6	1.6	3.6	-2.8	Autres magasins de produits durables
-	10.7	1.7	-17.8	5.7	Autres magasins de vente au détail
7.3	6.9	7.2	6.0	4.5	<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Yukon</b>					
Supermarkets and grocery stores	22.5	25.4	26.4	25.0	21.8
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	x
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	x	x	x	x	x
Other clothing stores	x	x	x	x	x
Household furniture and appliance stores	x	x	x	x	x
Household furnishings stores	x	x	x	x	x
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	x	x	x	x	x
Gasoline service stations	x	x	x	x	x
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	x
General merchandise stores	x	x	x	x	x
Other semi-durable goods stores	2.4	3.8	4.6	3.6	2.3
Other durable goods stores	x	x	x	x	x
Other retail stores	x	x	x	x	x
<b>Total, all stores</b>	<b>69.7</b>	<b>81.4</b>	<b>93.9</b>	<b>88.5</b>	<b>65.5</b>
<b>Northwest Territories</b>					
Supermarkets and grocery stores	19.9	21.1	22.2	20.6	18.5
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	x
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	x	x	x	x	x
Other clothing stores	x	x	x	x	x
Household furniture and appliance stores	x	x	x	x	x
Household furnishings stores	x	x	x	x	x
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	x	15.7	20.9	19.3	18.1
Gasoline service stations	7.8	6.1	5.4	4.3	6.0
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	x
General merchandise stores	x	x	x	x	x
Other semi-durable goods stores	x	x	x	x	x
Other durable goods stores	1.9	3.1	2.4	2.9	1.8
Other retail stores	x	x	x	x	x
<b>Total, all stores</b>	<b>90.2</b>	<b>97.2</b>	<b>97.5</b>	<b>92.7</b>	<b>83.5</b>

Tableau 3

**Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région**  
**(estimations trimestrielles)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	
Per cent – Pourcentage					
					<b>Yukon</b>
3.2	5.4	-0.8	2.0	-0.5	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
x	x	x	x	x	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour femmes
x	x	x	x	x	Autres magasins de vêtements
x	x	x	x	x	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
x	x	x	x	x	Magasins d'accessoires d'ameublement
x	x	x	x	x	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
x	x	x	x	x	Stations-service
x	x	x	x	x	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
x	x	x	x	x	Magasins de marchandises diverses
4.3	-	2.2	5.9	-4.2	Autres magasins de produits semi-durables
x	x	x	x	x	Autres magasins de produits durables
x	x	x	x	x	Autres magasins de vente au détail
<b>6.4</b>	<b>5.4</b>	<b>4.8</b>	<b>8.2</b>	<b>3.8</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
					<b>Territoires du Nord-Ouest</b>
7.6					Supermarchés d'alimentation et épiceries
x					Tous les autres magasins d'alimentation
x					Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x					Magasins de chaussures
x					Magasins de vêtements pour hommes
x					Magasins de vêtements pour femmes
x					Autres magasins de vêtements
x					Magasins de meubles et d'appareils ménagers
x					Magasins d'accessoires d'ameublement
x					Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
30.0					Stations-service
x					Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
x					Magasins de marchandises diverses
x					Autres magasins de produits semi-durables
5.6					Autres magasins de produits durables
x					Autres magasins de vente au détail
<b>8.0</b>					<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Nunavut</b>					
Supermarkets and grocery stores	6.9	7.7	7.3	8.2	6.6
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	x
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	x	x	x	x	x
Other clothing stores	x	x	x	x	x
Household furniture and appliance stores	x	x	x	x	x
Household furnishings stores	x	x	x	x	x
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	x	x	x	x	x
Gasoline service stations	x	x	x	x	x
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	x
General merchandise stores	x	x	x	x	x
Other semi-durable goods stores	x	x	x	x	x
Other durable goods stores	x	x	x	x	x
Other retail stores	x	x	x	x	x
<b>Total, all stores</b>	<b>41.5</b>	<b>46.3</b>	<b>43.8</b>	<b>44.7</b>	<b>38.7</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	
Per cent - Pourcentage					
4.5					<b>Nunavut</b>
x					Supermarchés d'alimentation et épiceries
x					Tous les autres magasins d'alimentation
					Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x					Magasins de chaussures
x					Magasins de vêtements pour hommes
x					Magasins de vêtements pour femmes
x					Autres magasins de vêtements
x					Magasins de meubles et d'appareils ménagers
x					Magasins d'accessoires d'ameublement
x					Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
x					Stations-service
x					Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
x					Magasins de marchandises diverses
x					Autres magasins de produits semi-durables
x					Autres magasins de produits durables
x					Autres magasins de vente au détail
<b>7.2</b>					<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 4

**Retail Trade Sample Response Fraction and coefficient of Variation  
(Current Periods)**

	Response fraction Fraction de réponse			
	April 2000 Avril	March 2000 Mars	February 2000 Février	January 2000 Janvier
	Per cent – Pourcentage			
<b>Trade Group - Canada</b>				
Supermarkets and grocery stores	93.5	95.4	95.4	95.5
All other food stores	87.3	89.6	91.0	87.6
Drugs and patent medicine stores	90.4	91.6	91.5	90.8
Shoe stores	94.1	95.5	88.6	84.8
Men's clothing stores	92.6	91.3	91.9	92.4
Women's clothing stores	92.4	94.6	95.2	92.7
Other clothing stores	94.3	94.9	95.9	96.0
Household furniture and appliance stores	89.9	91.6	93.2	92.1
Household furnishings stores	88.3	87.1	88.7	90.5
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	93.9	96.1	94.8	93.5
Gasoline service stations	78.9	93.9	92.6	93.0
Automotive parts, accessories and services	89.9	92.1	90.9	90.9
General merchandise stores	98.5	98.8	99.1	99.2
Other semi-durable goods stores	88.6	91.2	92.1	92.7
Other durable goods stores	89.7	92.3	90.0	92.2
Other retail stores	92.9	95.7	94.1	94.2
<b>Total, all stores</b>	<b>92.1</b>	<b>94.9</b>	<b>94.4</b>	<b>94.0</b>
<b>Regions</b>				
Newfoundland	95.2	96.1	96.1	96.0
Prince Edward Island	93.2	93.8	94.9	95.0
Nova Scotia	95.1	96.7	95.6	96.4
New Brunswick	91.7	93.9	93.8	93.8
Quebec	92.4	95.0	93.8	92.5
Ontario	91.7	94.7	94.7	95.0
Manitoba	91.9	94.1	94.0	92.3
Saskatchewan	92.1	94.2	93.6	93.5
Alberta	90.4	94.7	94.7	93.5
British Columbia	93.4	95.6	94.3	93.8
Yukon	90.7	93.4	88.2	88.7
Nunavut	86.4	99.4	98.7	93.8
Northwest Territories	93.5	96.2	94.6	95.4

Tableau 4

Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation  
(périodes courantes)

Coefficient of variation Coefficient de variation				
April 2000 Avril	March 2000 Mars	February 2000 Février	January 2000 Janvier	
Per cent – Pourcentage				
<b>Groupe de commerce - Canada</b>				
1.7	1.6	1.6	1.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries
6.1	6.0	5.8	5.9	Tous les autres magasins d'alimentation
2.2	2.2	2.2	2.2	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
2.5	2.7	5.7	3.5	Magasins de chaussures
3.6	3.9	4.2	4.1	Magasins de vêtements pour hommes
3.4	4.3	3.5	3.2	Magasins de vêtements pour femmes
1.9	1.9	2.0	2.0	Autres magasins de vêtements
3.6	3.6	3.9	4.0	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
4.1	4.4	5.9	4.3	Magasins d'accessoires d'ameublement
4.2	3.8	3.7	3.5	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
2.9	2.8	2.8	2.7	Stations-service
2.8	2.9	3.0	2.8	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
0.9	1.0	1.0	1.0	Magasins de marchandises diverses
4.2	4.1	4.0	4.4	Autres magasins de produits semi-durables
3.6	3.6	3.7	4.0	Autres magasins de produits durables
2.3	2.2	2.4	2.4	Autres magasins de vente au détail
1.3	1.3	1.1	1.1	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Régions</b>				
5.8	5.9	5.1	4.9	Terre-Neuve
1.8	2.0	1.9	1.7	Île-du-Prince-Édouard
5.0	4.6	4.9	4.9	Nouvelle-Écosse
3.9	3.7	3.6	3.4	Nouveau-Brunswick
3.5	3.4	3.1	2.6	Québec
2.4	2.3	2.1	1.9	Ontario
2.3	2.5	2.3	2.2	Manitoba
2.4	2.3	2.3	2.2	Saskatchewan
3.1	2.8	2.5	2.7	Alberta
1.8	1.8	1.8	1.8	Colombie-Britannique
0.6	0.9	0.6	0.6	Yukon
-	-	-	-	Nunavut
-	-	-	-	Territoires du Nord Ouest

Table 5

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Historical Estimates)**

	April 2000 Avril	March 2000 Mars	February 2000 Février	January 2000 Janvier	December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	October 1999 Octobre
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Trade Group - Canada</b>							
Supermarkets and grocery stores	4,686.1	4,643.0	4,608.6	4,496.2	4,663.7	4,574.5	4,540.4
All other food stores	380.4	375.5	372.8	370.5	374.4	371.1	367.3
Drugs and patent medicine stores	1,128.7	1,109.1	1,111.1	1,121.2	1,117.5	1,130.7	1,116.3
Shoe stores	131.3	144.0	137.6	137.7	136.5	128.0	137.4
Men's clothing stores	126.5	131.6	130.2	128.1	128.0	129.1	131.3
Women's clothing stores	368.4	391.0	376.9	385.5	380.3	383.0	379.8
Other clothing stores	592.8	592.9	579.3	586.0	562.3	557.7	567.1
Household furniture and appliance stores	1,028.7	1,012.8	988.1	998.5	970.9	945.6	976.4
Household furnishings stores	230.9	230.1	229.5	224.7	222.1	229.6	224.0
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,915.6	6,109.7	5,831.0	6,146.8	6,107.6	5,877.2	5,657.4
Gasoline service stations	1,762.3	1,810.2	1,780.3	1,667.4	1,690.9	1,629.2	1,610.0
Automotive parts, accessories and services	1,257.6	1,328.1	1,269.8	1,267.8	1,312.0	1,276.0	1,249.4
General merchandise stores	2,554.9	2,534.9	2,544.3	2,596.1	2,482.0	2,446.1	2,580.2
Other semi-durable goods stores	716.9	728.2	704.5	745.1	684.6	710.1	713.4
Other durable goods stores	590.5	606.2	612.7	606.8	596.1	588.4	594.0
Other retail stores	1,097.9	1,091.8	1,079.5	1,066.6	1,089.2	1,077.6	1,067.4
<b>Total, all stores</b>	<b>22,569.3</b>	<b>22,839.1</b>	<b>22,356.2</b>	<b>22,544.9</b>	<b>22,518.2</b>	<b>22,053.9</b>	<b>21,911.9</b>
<b>Regions</b>							
Newfoundland	373.4	372.6	362.1	364.9	360.0	358.9	354.1
Prince Edward Island	104.3	101.4	102.5	99.4	101.8	100.1	99.5
Nova Scotia	695.9	706.7	697.8	673.3	704.7	692.4	688.2
New Brunswick	569.3	590.6	554.9	566.7	570.9	561.2	555.3
Quebec	5,160.4	5,313.1	5,126.5	5,240.1	5,199.4	5,104.2	5,057.5
Ontario	8,602.1	8,688.1	8,514.3	8,606.3	8,548.3	8,425.8	8,392.3
Manitoba	767.2	781.5	776.1	769.9	778.0	755.5	738.3
Saskatchewan	661.7	677.9	665.6	666.4	673.5	657.7	631.7
Alberta	2,630.9	2,608.0	2,573.3	2,582.0	2,577.4	2,502.7	2,497.2
British Columbia	2,927.5	2,920.5	2,907.5	2,900.9	2,928.4	2,821.9	2,825.2
Yukon	29.3	29.1	28.5	27.9	28.5	27.5	26.4
Nunavut	14.9	15.6	14.7	14.9	14.5	14.8	14.5
Northwest Territories	32.6	33.8	32.4	32.3	32.8	31.2	31.8



Tableau 5

Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations historiques)

September 1999 Septembre	August 1999 Août	July 1999 Juillet	June 1999 Juin	May 1999 Mai	April 1999 Avril	
Millions of dollars – Millions de dollars						
4,550.2	4,553.1	4,537.5	4,525.1	4,538.8	4,520.4	<b>Groupe de commerce - Canada</b>
366.7	365.1	362.3	363.4	367.0	361.5	Supermarchés d'alimentation et épiceries
1,117.4	1,114.1	1,115.3	1,105.1	1,100.4	1,095.9	Tous les autres magasins d'alimentation
						Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
129.4	133.0	136.7	129.1	140.1	140.7	Magasins de chaussures
126.3	132.9	128.5	123.2	127.0	126.9	Magasins de vêtements pour hommes
361.6	379.1	376.7	368.6	377.5	371.9	Magasins de vêtements pour femmes
552.9	559.6	571.4	551.8	560.9	554.8	Autres magasins de vêtements
940.9	934.1	935.7	946.4	913.0	864.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
215.6	216.6	217.9	206.5	211.3	209.5	Magasins d'accessoires d'ameublement
6,069.5	6,009.9	5,858.6	5,688.1	5,455.0	5,655.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
1,584.0	1,569.0	1,515.4	1,468.0	1,459.0	1,451.2	Stations-service
1,259.3	1,251.6	1,222.1	1,236.8	1,237.2	1,224.0	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
2,578.9	2,582.6	2,544.4	2,490.4	2,496.0	2,451.8	Magasins de marchandises diverses
708.8	727.7	717.8	708.5	710.3	701.9	Autres magasins de produits semi-durables
588.3	587.5	580.9	577.5	583.4	585.7	Autres magasins de produits durables
1,057.6	1,041.7	1,050.6	1,049.9	1,072.2	1,038.3	Autres magasins de vente au détail
<b>22,207.3</b>	<b>22,157.5</b>	<b>21,871.9</b>	<b>21,538.6</b>	<b>21,349.1</b>	<b>21,353.8</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
						<b>Régions</b>
358.6	351.0	350.1	353.8	352.0	343.3	Terre-Neuve
100.8	98.2	98.4	97.4	94.1	91.6	Île-du-Prince-Édouard
688.7	685.2	677.2	691.9	678.3	649.5	Nouvelle-Écosse
560.1	568.0	555.1	544.5	551.9	540.6	Nouveau-Brunswick
5,124.3	5,097.8	5,067.8	5,010.6	5,013.4	5,024.1	Québec
8,458.5	8,572.7	8,375.7	8,202.6	8,122.9	8,089.7	Ontario
775.7	769.1	746.5	737.4	729.4	743.1	Manitoba
657.0	659.0	648.9	639.9	635.9	637.1	Saskatchewan
2,556.9	2,483.1	2,460.5	2,401.8	2,345.6	2,367.7	Alberta
2,852.4	2,800.1	2,819.0	2,786.2	2,754.1	2,796.8	Colombie-Britannique
28.1	27.4	27.5	27.7	27.5	27.4	Yukon
14.8	14.4	14.3	14.6	14.2	15.3	Nunavut
31.5	31.5	31.1	30.2	29.8	27.6	Territoires du Nord Ouest

Table 6

**Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Historical Estimates)**

	April 2000 Avril	March 2000 Mars	February 2000 Février	January 2000 Janvier	December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	October 1999 Octobre
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Trade Group - Canada</b>							
Supermarkets and grocery stores	4,636.8	4,611.8	4,181.9	4,313.4	5,077.3	4,305.8	4,623.8
All other food stores	384.5	354.8	332.6	321.0	473.0	348.4	366.3
Drugs and patent medicine stores	1,079.0	1,101.3	1,043.4	1,070.6	1,415.9	1,116.4	1,115.3
Shoe stores	131.7	116.6	83.3	105.5	178.1	140.1	157.1
Men's clothing stores	110.8	102.1	83.9	98.7	261.0	156.1	136.4
Women's clothing stores	352.9	331.8	264.1	276.1	612.4	410.9	399.7
Other clothing stores	527.9	513.3	394.2	424.8	969.1	618.0	614.1
Household furniture and appliance stores	907.5	912.5	791.8	828.9	1,454.4	1,045.9	1,010.8
Household furnishings stores	206.6	214.4	185.6	171.3	281.9	260.7	233.0
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	6,346.4	6,599.5	4,854.5	4,648.2	5,371.1	5,510.5	5,429.0
Gasoline service stations	1,635.4	1,746.2	1,579.4	1,525.5	1,698.2	1,581.1	1,648.3
Automotive parts, accessories and services	1,207.4	1,201.7	985.7	1,050.7	1,461.4	1,427.9	1,259.0
General merchandise stores	2,359.0	2,223.6	1,886.2	1,929.0	4,147.0	2,961.3	2,683.1
Other semi-durable goods stores	639.7	570.0	503.7	537.8	1,064.1	762.6	689.4
Other durable goods stores	528.5	498.1	455.8	485.8	1,127.6	557.0	534.0
Other retail stores	1,011.2	977.7	837.9	811.2	1,558.8	1,006.1	1,064.1
<b>Total, all stores</b>	<b>22,065.4</b>	<b>22,075.5</b>	<b>18,463.9</b>	<b>18,598.5</b>	<b>27,151.3</b>	<b>22,208.9</b>	<b>21,963.3</b>
<b>Regions</b>							
Newfoundland	358.4	357.7	285.5	280.8	435.7	376.5	352.8
Prince Edward Island	94.3	87.6	78.0	75.4	121.2	97.7	97.2
Nova Scotia	670.9	666.9	577.2	552.7	857.9	708.8	684.8
New Brunswick	550.3	552.7	444.5	443.4	683.1	569.5	560.7
Quebec	5,250.8	5,199.3	4,184.5	4,250.7	5,883.1	5,042.7	5,081.5
Ontario	8,278.7	8,350.0	7,013.7	7,055.5	10,609.3	8,627.0	8,368.3
Manitoba	746.6	765.7	648.6	641.8	963.3	760.2	755.2
Saskatchewan	639.8	639.4	548.6	564.5	819.7	667.2	662.4
Alberta	2,554.9	2,531.7	2,124.4	2,179.4	3,167.7	2,533.8	2,518.7
British Columbia	2,846.5	2,847.3	2,496.7	2,492.4	3,524.4	2,757.6	2,810.8
Yukon	27.1	26.9	21.2	21.6	31.3	25.0	25.1
Nunavut	15.2	15.5	13.1	13.0	17.3	14.2	14.8
Northwest Territories	32.0	34.9	28.0	27.3	37.4	28.5	31.2

Tableau 6

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations historiques)

September 1999 Septembre	August 1999 Août	July 1999 Juillet	June 1999 Juin	May 1999 Mai	April 1999 Avril	Year 2000 Année	
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Groupe de commerce - Canada</b>							
4,540.9	4,498.3	4,997.8	4,564.5	4,650.5	4,510.9	17,743.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries
357.2	358.5	385.9	379.3	381.6	355.4	1,392.9	Tous les autres magasins d'alimentation
1,090.7	1,089.9	1,099.1	1,086.1	1,076.9	1,077.7	4,294.3	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
139.3	135.6	130.1	140.4	164.8	142.3	437.1	Magasins de chaussures
118.6	109.5	115.0	125.3	125.7	114.7	395.5	Magasins de vêtements pour hommes
374.1	359.2	372.0	372.9	404.4	362.4	1,224.9	Magasins de vêtements pour femmes
585.0	604.5	525.5	502.9	535.4	499.2	1,860.2	Autres magasins de vêtements
959.8	942.8	944.5	904.3	829.3	777.2	3,440.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
219.6	221.8	225.7	218.1	206.4	193.7	777.9	Magasins d'accessoires d'ameublement
6,164.6	5,979.2	6,207.4	6,889.7	6,476.7	6,481.9	22,448.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
1,622.5	1,702.0	1,661.0	1,521.1	1,503.1	1,399.6	6,486.5	Stations-service
1,245.6	1,231.1	1,325.3	1,379.0	1,356.2	1,228.7	4,445.5	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
2,499.0	2,480.5	2,417.6	2,393.5	2,456.9	2,273.6	8,397.8	Magasins de marchandises diverses
720.2	755.3	757.3	762.1	806.7	631.2	2,251.2	Autres magasins de produits semi-durables
573.5	613.5	601.7	565.2	584.9	536.5	1,968.2	Autres magasins de produits durables
1,050.7	1,086.8	1,236.3	1,088.4	1,099.8	967.2	3,638.0	Autres magasins de vente au détail
<b>22,261.4</b>	<b>22,168.4</b>	<b>23,002.3</b>	<b>22,892.8</b>	<b>22,659.2</b>	<b>21,552.2</b>	<b>81,203.3</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Régions</b>							
354.6	363.2	382.2	379.7	376.8	341.7	1,282.4	Terre-Neuve
101.7	111.1	119.0	108.3	98.9	84.9	335.3	Île-du-Prince-Édouard
680.5	700.8	728.3	732.5	708.4	658.4	2,467.7	Nouvelle-Écosse
559.5	583.9	602.0	591.5	591.3	539.1	1,990.9	Nouveau-Brunswick
5,158.3	5,122.0	5,407.2	5,384.6	5,542.8	5,310.9	18,885.3	Québec
8,521.3	8,427.0	8,694.1	8,785.4	8,539.8	8,028.2	30,697.9	Ontario
775.1	762.7	771.1	771.7	760.8	749.0	2,802.7	Manitoba
651.3	661.6	677.1	673.5	654.6	633.5	2,392.3	Saskatchewan
2,531.9	2,487.5	2,540.6	2,507.9	2,467.2	2,361.0	9,390.4	Alberta
2,852.2	2,871.4	2,997.8	2,876.9	2,843.0	2,776.4	10,682.9	Colombie-Britannique
29.0	31.0	33.8	32.5	30.0	26.0	96.8	Yukon
14.3	14.9	14.7	14.2	15.0	15.5	56.8	Nunavut
31.7	31.3	34.5	34.1	30.8	27.8	122.2	Territoires du Nord Ouest

Table 7

**Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region  
(Current Periods)**

	Sales Ventes				
	April 2000 Avril	March 2000 Mars	February 2000 Février	January 2000 Janvier	Year-to-date 2000 Cumulatif
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Regions</b>					
Newfoundland	99.3	92.4	77.8	78.3	347.8
Prince Edward Island	26.3	24.1	21.2	20.1	91.7
Nova Scotia	192.4	185.8	160.5	154.9	693.6
New Brunswick	146.3	141.4	120.6	121.1	529.4
Quebec	1,537.6	1,425.1	1,199.7	1,304.0	5,466.4
Ontario	2,713.9	2,634.0	2,303.4	2,393.7	10,045.0
Manitoba	212.9	209.5	177.2	177.9	777.5
Saskatchewan	194.5	187.3	167.6	173.7	723.1
Alberta	771.6	747.7	645.1	659.5	2,823.9
British Columbia	918.9	905.8	793.3	820.2	3,438.2
Yukon	5.8	6.2	4.8	4.8	21.6
Nunavut	12.4	12.5	10.5	10.5	45.9
Northwest Territories	11.7	12.0	10.3	9.6	43.6
<b>Total</b>	<b>6,843.6</b>	<b>6,583.8</b>	<b>5,692.0</b>	<b>5,928.5</b>	<b>25,047.9</b>

Table 8

**Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region  
(Historical Estimates)**

	April 2000 Avril	March 2000 Mars	February 2000 Février	January 2000 Janvier	December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	October 1999 Octobre
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Regions</b>							
Newfoundland	99.3	92.4	77.8	78.3	182.8	147.7	119.9
Prince Edward Island	26.3	24.1	21.2	20.1	48.5	33.6	29.8
Nova Scotia	192.4	185.8	160.5	154.9	360.3	261.2	221.3
New Brunswick	146.3	141.4	120.6	121.1	267.6	198.6	171.0
Quebec	1,537.6	1,425.1	1,199.7	1,304.0	2,305.6	1,665.7	1,668.5
Ontario	2,713.9	2,634.0	2,303.4	2,393.7	4,712.8	3,283.3	3,064.5
Manitoba	212.9	209.5	177.2	177.9	374.1	250.8	235.9
Saskatchewan	194.5	187.3	167.6	173.7	332.9	232.5	220.1
Alberta	771.6	747.7	645.1	659.5	1,317.2	888.1	820.9
British Columbia	918.9	905.8	793.3	820.2	1,569.5	1,037.5	990.4
Yukon	5.8	6.2	4.8	4.8	9.3	6.4	6.1
Nunavut	12.4	12.5	10.5	10.5	14.1	11.6	12.0
Northwest Territories	11.7	12.0	10.3	9.6	16.8	12.0	12.5
<b>Total</b>	<b>6,843.6</b>	<b>6,583.8</b>	<b>5,692.0</b>	<b>5,928.5</b>	<b>11,511.5</b>	<b>8,029.1</b>	<b>7,572.8</b>



Tableau 7

**Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					
April 2000 Avril	March 2000 Mars	February 2000 Février	January 2000 Janvier	Year-to-date 2000 Cumulatif	
Per cent – Pourcentage					
					Régions
8.3	2.9	3.6	4.8	5.0	Terre-Neuve
15.4	6.6	11.0	3.1	9.2	Île-du-Prince-Édouard
8.0	3.6	9.3	0.3	5.3	Nouvelle-Écosse
5.3	8.0	9.5	6.0	7.1	Nouveau-Brunswick
1.7	8.0	7.4	3.5	5.0	Québec
3.6	7.2	8.1	7.4	6.5	Ontario
0.9	4.2	7.7	4.3	4.1	Manitoba
1.1	4.0	8.0	4.6	4.3	Saskatchewan
8.1	6.4	7.9	6.5	7.2	Alberta
2.2	3.4	6.8	2.4	3.6	Colombie-Britannique
9.4	19.2	17.1	17.1	15.5	Yukon
3.3	9.6	11.7	6.1	7.5	Nunavut
0.9	5.3	6.2	1.1	3.3	Territoires du Nord Ouest
3.6	6.4	7.8	5.3	5.6	Total

Tableau 8

**Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)**

September 1999 Septembre	August 1999 Août	July 1999 Juillet	June 1999 Juin	May 1999 Mai	April 1999 Avril	Year 2000 Année	
Millions of dollars – Millions de dollars							Régions
110.3	107.1	103.7	100.4	102.0	91.7	347.8	Terre-Neuve
31.0	36.4	35.9	30.8	28.1	22.8	91.7	Île-du-Prince-Édouard
206.1	215.9	203.6	197.5	199.0	178.2	693.6	Nouvelle-Écosse
158.4	162.8	154.7	149.7	150.7	138.9	529.4	Nouveau-Brunswick
1,569.3	1,580.8	1,611.8	1,576.3	1,677.6	1,511.7	5,466.4	Québec
2,956.4	2,944.4	2,873.6	2,863.6	2,890.2	2,620.1	10,045.0	Ontario
222.1	227.4	219.9	217.2	217.8	210.9	777.5	Manitoba
200.6	208.4	202.2	203.5	199.6	192.3	723.1	Saskatchewan
800.8	819.1	780.3	767.8	761.0	714.1	2,823.9	Alberta
994.7	978.7	971.3	932.8	935.6	898.9	3,438.2	Colombie-Britannique
6.7	7.6	7.5	7.0	5.8	5.3	21.6	Yukon
11.7	12.2	11.9	11.4	12.2	12.0	45.9	Nunavut
12.0	11.6	12.0	12.9	11.8	11.6	43.6	Territoires du Nord Ouest
7,280.0	7,312.5	7,188.6	7,070.9	7,191.4	6,608.5	25,047.9	Total

Table 9

## Retail Sales, Canada, Current and Constant (1992) Dollar Estimates

	Unadjusted Non désaisonnalisé				
	Price Index	Current Dollars	Year to year per cent change Variation en pourcentage pour l'année	Constant 1992 dollars Dollars constants 1992	Year to year per cent change Variation en pourcentage pour l'année
	Indice des prix	Dollars courants			
		Millions \$	%	Millions \$	%
<b>1998</b>					
January	107.6	17,223.5	4.8	16,010.9	3.9
February	107.7	16,271.3	4.2	15,108.5	4.0
March	108.7	18,738.1	6.1	17,240.8	5.6
April	108.6	20,804.2	5.1	19,156.7	5.1
May	108.9	22,336.2	2.9	20,512.7	2.5
June	108.8	21,643.7	4.8	19,884.0	4.1
July	107.8	21,696.9	4.7	20,129.8	4.4
August	107.3	20,608.3	1.9	19,207.8	2.0
September	107.6	20,660.5	5.0	19,193.2	4.7
October	107.6	21,078.5	2.1	19,596.3	2.3
November	107.7	20,716.2	2.6	19,243.8	2.4
December	106.1	24,863.5	1.4	23,430.1	1.7
<b>Year</b>	<b>107.9</b>	<b>246,640.9</b>	<b>3.8</b>	<b>228,714.6</b>	<b>3.6</b>
<b>1999</b>					
January	107.9	17,724.5	2.9	16,422.5	2.6
February	108.2	16,936.5	4.1	15,658.8	3.6
March	110.0	20,169.7	7.6	18,335.5	6.3
April	110.4	21,552.2	3.6	19,522.8	1.9
May	110.4	22,659.2	1.4	20,530.3	0.1
June	110.4	22,892.8	5.8	20,728.0	4.2
July	109.9	23,002.3	6.0	20,933.3	4.0
August	110.0	22,168.4	7.6	20,150.1	4.9
September	110.6	22,261.4	7.7	20,125.9	4.9
October	110.2	21,963.3	4.2	19,933.4	1.7
November	110.1	22,208.9	7.2	20,162.6	4.8
December	108.8	27,151.3	9.2	24,949.9	6.5
<b>Year</b>	<b>109.7</b>	<b>260,690.5</b>	<b>5.6</b>	<b>237,453.1</b>	<b>3.8</b>
<b>2000</b>					
January	110.1	18,598.5	4.9	16,896.6	2.9
February	110.7	18,463.9	9.0	16,677.7	6.5
March	112.4	22,075.5	9.4	19,632.4	7.1
April	111.3	22,065.4	2.4	19,817.2	1.5
May					
June					
July					
August					
September					
October					
November					
December					
<b>Year</b>					

1. Seasonally adjusted constant (1992) dollar estimates are derived by deflating, with an implicit price index, the seasonally adjusted current dollar estimate.

Tableau 9

## Commerce de détail, Canada, estimations en dollars courants et constants (1992)

Price Index Indice des prix	Current Dollars Dollars courants	Seasonally adjusted Désaisonnalisé		Constant 1992 dollars <sup>1</sup> Dollars constants 1992 <sup>1</sup>	Month to month per cent change Variation en pourcentage pour le mois	
		Month to month per cent change Variation en pourcentage pour le mois				
	Millions \$	%	Millions \$	%		
107.7	20,053.5	-3.8	18,617.3	-3.1		<b>1998</b>
107.5	20,348.0	1.5	18,926.9	1.7		Janvier
107.5	20,338.8	0.0	18,923.0	0.0		Février
						Mars
107.5	20,727.2	1.9	19,274.8	1.9		Avril
107.9	20,690.3	-0.2	19,170.9	-0.5		Mai
108.0	20,455.0	-1.1	18,931.5	-1.2		Juin
107.8	20,625.3	0.8	19,138.1	1.1		Juillet
107.7	20,560.3	-0.3	19,086.2	-0.3		Août
108.0	20,744.9	0.9	19,202.0	0.6		Septembre
107.9	20,578.6	-0.8	19,068.4	-0.7		Octobre
108.1	20,827.8	1.2	19,269.9	1.1		Novembre
107.9	20,691.3	-0.7	19,174.7	-0.5		Décembre
<b>107.8</b>	<b>246,641.0</b>	<b>...</b>	<b>228,783.7</b>	<b>...</b>		<b>Année</b>
108.2	21,100.2	2.0	19,507.9	1.7		<b>1999</b>
108.1	21,231.3	0.6	19,644.7	0.7		Janvier
108.7	21,397.1	0.8	19,690.2	0.2		Février
						Mars
109.3	21,353.8	-0.2	19,536.4	-0.8		Avril
109.4	21,349.1	0.0	19,507.8	-0.1		Mai
109.5	21,538.6	0.9	19,662.6	0.8		Juin
109.9	21,871.9	1.5	19,906.4	1.2		Juillet
110.4	22,157.5	1.3	20,065.2	0.8		Août
110.9	22,207.3	0.2	20,022.4	-0.2		Septembre
110.6	21,911.9	-1.3	19,818.4	-1.0		Octobre
110.6	22,053.9	0.6	19,944.3	0.6		Novembre
111.0	22,518.2	2.1	20,283.4	1.7		Décembre
<b>109.7</b>	<b>260,690.8</b>	<b>...</b>	<b>237,589.7</b>	<b>...</b>		<b>Année</b>
110.0	22,544.9	0.1	20,503.0	1.1		<b>2000</b>
110.2	22,356.2	-0.8	20,278.2	-1.1		Janvier
111.2	22,839.1	2.2	20,544.6	1.3		Février
						Mars
110.4	22,569.3	-1.2	20,444.4	-0.5		Avril
						Mai
						Juin
						Juillet
						Août
						Septembre
						Octobre
						Novembre
						Décembre
						<b>Année</b>

1. La désaisonnalisation des estimations en dollars constants (1992) s'obtient en dégonflant avec un indice implicite, les données désaisonnalisées en dollars courants.

ELECTRONIC PUBLICATIONS  
PUBLICATIONS ÉLECTRONIQUES  
AVAILABLE AT DISPONIBLES À

[www.statcan.ca](http://www.statcan.ca)





## APPENDIX I

### Definitions

**Retail Trade**, for the purpose of this publication, is defined as "the aggregate sales made through retail locations (outlets)".

A **retail location**, as defined by Statistics Canada, is a "business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public, for household or personal consumption". Retail trade estimates do **not** include any form of direct selling which bypasses the retail store, e.g., direct door-to-door selling; sales made through automatic vending machines; sales of newspapers or magazines sold directly by printers or publishers; and sales made by book and record clubs. The only exception is the mail-order and catalogue sales activities of department store businesses which have been classified to the "general merchandise store" category. In addition, retail trade excludes retail sales through ancillary units, (e.g., warehouses, head offices, etc.), sales of contractors whose major activity is not retailing; and retail transactions between individuals.

**Total net sales** include sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, food serving and other service activities, **less** returns, adjustments and discounts. Total net sales also include trade-in allowances, commissions earned from sales of goods owned by others (including commissions received for lottery ticket sales) and proprietor's withdrawals of goods for personal use (at retail). Non-operating revenues, bad debts recovered and sales taxes (provincial sales taxes, the Goods and Services Tax (GST) and the Harmonized Sales Tax (HST)) collected for remittance to a government agency are excluded. Prior to January 1991, sales data included the Federal Sales Tax (FST). Due to this change in indirect taxes, data prior to 1991 are not strictly comparable with those of subsequent years. For users interested in deriving comparable data, an estimate of the amount of FST included in retail sales for 1990 is available for Canada from the Retail Trade Section. The reliability of this estimate does not permit adjustments at the provincial level.

**Department store type merchandise (DSTM)** is defined as total retail trade minus the following trade groups: super-markets and grocery stores; all other food stores; recreational and motor vehicle dealers; gasoline service stations; automotive parts, accessories and services; and all other retail stores (includes liquor, wine and beer stores and retail stores, n.e.c.).

## ANNEXE I

### Définitions

**Commerce de détail** signifie, pour les besoins de la présente publication, « l'ensemble des ventes effectuées par des points de vente au détail ».

Un **point de vente au détail**, suivant la définition de Statistique Canada, est un « local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et de services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle ». Les estimations relatives au commerce de détail **ne prennent pas** en compte les ventes directes, c'est-à-dire les ventes qui ne sont pas effectuées par l'intermédiaire d'un point de vente au détail, par exemple les ventes directes par démarchage, les ventes par distributeur automatique, les ventes de journaux ou de revues effectuées directement par les imprimeurs et les éditeurs, et les ventes effectuées par les clubs de livres et les clubs de disques. Il n'y a qu'une exception: les ventes des grands magasins effectuées par la poste ou par catalogue, qui sont classées dans la catégorie des « magasins de marchandises diverses ». En outre, le commerce de détail ne comprend pas les ventes au détail des unités auxiliaires (par exemple, entrepôts, sièges sociaux, etc.), ni les ventes des entrepreneurs dont l'activité principale ne relève pas du commerce de détail, ni les opérations de vente au détail entre particuliers.

**Les ventes nettes totales** comprennent les ventes de marchandises neuves et d'occasion et les recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres activités de services, **moins** la valeur des rendus (marchandises retournées), les ajustements et les rabais. Les ventes totales nettes comprennent également la valeur des reprises, les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui (y compris les commissions touchées pour la vente de billets de loterie) et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel. On ne prend pas en compte les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente (les taxes de vente provinciale, la taxe sur les produits et les services (TPS) et la taxe de vente harmonisée (TVH)) perçues pour le compte d'un organisme public. Les données sur les ventes antérieures à janvier 1991 incluent la taxe de vente fédérale (TVF). Dû à ce changement dans les taxes indirectes, les données avant 1991 ne sont pas tout à fait comparables avec celles des années subséquentes. Pour les utilisateurs intéressés à calculer des données comparables, une estimation du montant de la TVF inclus dans les ventes au détail pour 1990 est disponible pour le Canada auprès de la Section du commerce de détail. Cette estimation n'est pas suffisamment fiable pour permettre des ajustements au niveau provincial.

**Les marchandises du genre de celles vendues dans les grands magasins (MGGM)** correspondent au total du commerce de détail moins les groupes de commerce suivants: les supermarchés d'alimentation et les épiceries; tous les autres magasins d'alimentation; les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs; les stations-service; les magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services; et les autres magasins de vente au détail (comprend les magasins de spiritueux, de vin et de bière et les magasins de vente au détail, n.c.a.).

**APPENDIX II****Trade Group Coverage****010 Supermarkets and Grocery Stores**

- 6011 Supermarkets
- 6012 Grocery stores(except supermarkets)

**020 All Other Food Stores**

- 6013 Bakery products stores
- 6014 Candy and nut stores
- 6015 Fruit and vegetable stores
- 6016 Meat markets
- 6019 Other specialty food stores, n.e.c.

**030 Drugs and Patent Medicine Stores**

- 6031 Pharmacies
- 6032 Patent medicine and toiletries stores

**040 Shoe Stores**

- 6111 Shoe stores

**050 Men's Clothing Stores**

- 6121 Men's clothing stores

**060 Women's Clothing Stores**

- 6131 Women's clothing stores

**070 Other Clothing Stores**

- 6141 Children's clothing stores
- 6142 Fur goods stores
- 6149 Other clothing stores, n.e.c.
- 6151 Fabric and yarn stores

**080 Household Furniture and Appliance Stores**

- 6211 Household furniture stores (with appliances and furnishings)
- 6212 Household furniture stores (without appliances and furnishings)
- 6213 Furniture refinishing and repair shops
- 6221 Appliance, television, radio and stereo stores
- 6222 Television, radio and stereo stores
- 6223 Appliance, television, radio and stereo repair shops

**090 Household Furnishings Stores**

- 6231 Floor covering stores
- 6232 Drapery stores
- 6239 Other household furnishings stores

**ANNEXE II****Couverture des groupes de commerce****010 Supermarchés d'alimentation et épiceries**

- 6011 Supermarchés d'alimentation
- 6012 Épiceries (sauf les supermarchés)

**020 Tous les autres magasins d'alimentation**

- 6013 Boulangeries-pâtisseries
- 6014 Confiseries et magasins de noix
- 6015 Magasins de fruits et légumes
- 6016 Marchés de viande
- 6019 Autres magasins d'alimentation spécialisés, n.c.a.

**030 Pharmacies et magasins de médicaments brevetés**

- 6031 Pharmacies
- 6032 Magasins de médicaments brevetés et de produits de toilette

**040 Magasins de chaussures**

- 6111 Magasins de chaussures

**050 Magasins de vêtements pour hommes**

- 6121 Magasins de vêtements pour hommes

**060 Magasins de vêtements pour dames**

- 6131 Magasins de vêtements pour dames

**070 Autres magasins de vêtements**

- 6141 Magasins de vêtements pour enfants
- 6142 Magasins de fourrures
- 6149 Autres magasins de vêtements, n.c.a.
- 6151 Magasins de tissus et de filés

**080 Magasins de meubles et d'appareils ménagers**

- 6211 Magasins de meubles de maison (avec appareils ménagers et accessoires d'ameublement)
- 6212 Magasins de meubles de maison (sans appareils ménagers ni accessoires d'ameublement)
- 6213 Ateliers de réparation de meubles
- 6221 Magasins d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
- 6222 Magasins de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
- 6223 Ateliers de réparation d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques

**090 Magasins d'accessoires d'ameublement**

- 6231 Magasins de revêtements de sol
- 6232 Magasins de tentures
- 6239 Autres magasins d'accessoires d'ameublement

**100 Motor and Recreational Vehicle Dealers**

6311	Automobile (new) dealers
6312	Automobile (used) dealers
6321	Motor home and travel trailer dealers
6322	Boats, outboard motors and boating accessories dealers
6323	Motorcycle and snowmobile dealers
6329	Other recreational vehicle dealers

**110 Gasoline Service Stations**

6331	Gasoline service stations
------	---------------------------

**120 Automotive Parts, Accessories and Services**

6341	Home and auto supply stores
6342	Tire, battery, parts and accessories stores
6351	Garages (general repairs)
6352	Paint and body repair shops
6353	Muffler replacement shops
6354	Motor vehicle glass replacement shops
6355	Motor vehicle transmission repair and replacement shops
6359	Other motor vehicle repair shops
6391	Car washes
6399	Other motor vehicle services, n.e.c.

**130 General Merchandise Stores**

6411	Department stores
6412	General stores
6413	Other general merchandise stores (variety and general merchandise stores)

**140 Other Semi-Durable Goods Stores**

6511	Book and stationery stores
6521	Florist shops
6522	Lawn and garden centres
6531	Hardware stores
6532	Paint, glass and wallpaper stores
6581	Toy and hobby stores
6582	Gift, novelty and souvenir stores

**150 Other Durable Goods Stores**

6541	Sporting goods stores
6542	Bicycle shops
6551	Musical instrument stores
6552	Record and tape stores
6561	Jewellery stores
6562	Watch and jewellery repair shops
6571	Camera and photographic supply stores

**100 Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs**

6311	Concessionnaires d'automobiles neuves
6312	Concessionnaires d'automobiles d'occasion
6321	Marchands de roulottes motorisées et de roulottes de voyage
6322	Marchands de bateaux, de moteurs hors-bord et d'accessoires pour bateaux
6323	Marchands de motocyclettes et de motoneiges
6329	Autres marchands de véhicules de loisir

**110 Stations-service**

6331	Stations-service
------	------------------

**120 Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services**

6341	Magasins de fournitures pour la maison et pour l'automobile
6342	Magasins de pneus, d'accumulateurs, de pièces et d'accessoires
6351	Garages (réparations générales)
6352	Ateliers de peinture et de carrosserie
6353	Ateliers de remplacement de silencieux
6354	Ateliers de remplacement de glaces pour véhicules automobiles
6355	Ateliers de réparation et de remplacement de boîtes de vitesse de véhicules automobiles
6359	Autres ateliers de réparation de véhicules automobiles
6391	Lave-autos
6399	Autres services pour véhicules automobiles, n.c.a.

**130 Magasins de marchandises diverses**

6411	Magasins à rayons
6412	Magasins généraux
6413	Autres magasins de marchandises diverses (bazars et magasins de marchandises diverses)

**140 Autres magasins de produits semi-durables**

6511	Librairies et papeteries
6521	Fleuristes
6522	Centres de jardinage
6531	Quincailleries
6532	Magasins de peinture, de vitre et de papier peint
6581	Magasins de jouets et d'articles de loisir
6582	Magasins de cadeaux, d'articles de fantaisie et de souvenirs

**150 Autres magasins de produits durables**

6541	Magasins d'articles de sport
6542	Magasins de bicyclettes
6551	Magasins d'instruments de musique
6552	Magasins de disques et de bandes magnétiques
6561	Bijouteries
6562	Ateliers de réparation de montres et de bijoux
6571	Magasins d'appareils et de fournitures photographiques

**160 Other Retail Stores**

6021	Liquor stores
6022	Wine stores
6023	Beer stores
6591	Second-hand merchandise stores, n.e.c.
6592	Opticians' shops
6593	Art galleries and artists' supply stores
6594	Luggage and leather goods stores
6595	Monument and tombstone dealers
6596	Pet stores
6597	Coin and stamp dealers
6598	Mobile home dealers
6599	Other retail stores, n.e.c.

**160 Autres magasins de vente au détail**

6021	Magasins de spiritueux
6022	Magasins de vin
6023	Magasins de bière
6591	Magasins de marchandises d'occasion, n.c.a.
6592	Opticiens
6593	Galleries d'art et magasins de fournitures pour artistes
6594	Magasins de bagages et de maroquinerie
6595	Magasins de monuments funéraires et de pierres tombales
6596	Magasins d'animaux de maison
6597	Marchands de pièces de monnaie et de timbres
6598	Marchands de maisons mobiles
6599	Autres magasins de vente au détail, n.c.a.





# ORDER FORM

Statistics Canada

## TO ORDER:



MAIL

Statistics Canada  
Dissemination Division  
Circulation Management  
120 Parkdale Avenue  
Ottawa, Ontario  
K1A 0T6 Canada



PHONE

1 800 267-6677  
(613) 951-7277



FAX

1 877 287-4369  
(613) 951-1584



E-MAIL: [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca)



1 800 363-7629

Telecommunication Device  
for the Hearing Impaired

(Please print)

Company

Department

Attention

Title

Address

City

Province

( )

( )

Postal Code

Phone

Fax

E-mail Address:

Your personal information is protected by the **Privacy Act**.\*\*

## METHOD OF PAYMENT:

(Check only one)



Please charge my:



VISA



MasterCard

Card Number

Expiry Date

Cardholder (please print)

Signature



Payment enclosed \$

(payable to the Receiver General for Canada)



Purchase  
Order Number  
(please enclose)

Authorized Signature

Catalogue Number	Title	Date of issue(s) or indicate an "S" for subscription(s)	Price (All prices exclude sales tax)	*Shipping Charges (Applicable to shipments sent outside Canada)	Quantity	Total \$

<input type="checkbox"/> *Shipping charges: No shipping charges for delivery in Canada. For shipments to the United States, please add \$6 per issue or item ordered. For shipments to other countries, please add \$10 per issue or item ordered. Annual frequency = 1. Quarterly frequency = 4. Monthly frequency = 12.	SUBTOTAL
<input type="checkbox"/> Canadian clients add either 7% GST and applicable PST or HST (GST Registration No. R121491807).	GST (7%)
<input type="checkbox"/> Clients outside Canada pay in Canadian dollars drawn on a Canadian bank or pay in equivalent US dollars, converted at the prevailing daily exchange rate, drawn on a US bank.	Applicable PST
<input type="checkbox"/> Statistics Canada is FIS-ready. Federal government departments and agencies must include with all orders their IS Organization Code _____ and IS Reference Code _____.	Applicable HST (N.S., N.B., Nfld.)
<input type="checkbox"/> ** Statistics Canada will only use your information to complete this sales transaction, deliver your product(s), and administer your account. From time to time, we may also offer you other Statistics Canada products and services and conduct market research. If you do not wish to be contacted again for promotional purposes <input type="checkbox"/> and/or market research, <input type="checkbox"/> check as appropriate and fax or mail this page to us, call 1 800 709-1033 or e-mail <a href="mailto:order@statcan.ca">order@statcan.ca</a>	GRAND TOTAL
PF099000	

## THANK YOU FOR YOUR ORDER!



Statistics Canada  
Statistique Canada

[www.statcan.ca](http://www.statcan.ca)

Canada



# Market Research Handbook 1999

**Unlock Canadian Consumer and Business Markets...**

The ALL-NEW **Market Research Handbook 1999** reveals the Canadian marketplace the way no other statistical resource can. It delivers **first hand** results from more than 20 specialized Statistics Canada surveys, **plus the very latest details from the 1996 Census**, in one practical sourcebook!

For entrepreneurs, market researchers, planners and analysts, for big business and small, **Market Research Handbook 1999** is an invaluable and comprehensive decision-support tool.

## Capitalize on opportunities...

- ▶ spot emerging market trends
  - ▶ position your products effectively
  - ▶ gain a competitive edge in an increasingly volatile and competitive economy
- ... and manage the future of your market!

ANALYZE THE CONDITIONS IN YOUR MARKET - FROM THE LOCAL TO THE NATIONAL LEVEL - USING:

## Key Demographic Variables

- |              |                |                        |
|--------------|----------------|------------------------|
| ▶ population | ▶ age          | ▶ aggregated household |
| ▶ education  | ▶ sex          | ▶ expenditures         |
| ▶ earnings   | ▶ retail sales | ▶ and more!            |

## Vital Economic Indicators

- |                                         |                                 |
|-----------------------------------------|---------------------------------|
| ▶ labour force productivity             | ▶ private and public investment |
| ▶ consumer and industrial price indexes | ▶ international trade data      |
| ▶ Gross Domestic Product                | ▶ and more!                     |

## Business Demographics

- |               |                    |
|---------------|--------------------|
| ▶ by industry | ▶ size of business |
| ▶ urban area  | ▶ plus more!       |

## New for 1999!

- ▶ number of immigrants by intended occupation
- ▶ Internet service providers: types of services, regional composition and sources of revenue
- ▶ population projections for Nunavut
- ▶ aggregated household expenditures including games of chance expense (ie. Casino), as well as detailed clothing and health care expenses
- ▶ number and receipts of movie theatres including number of screens and seats
- ▶ more fields of study for full-time undergraduate enrolment
- ▶ employment change and life status of businesses

**NEW FOR 1999!**

**Market Research Handbook 1999** (Cat. No. 63-224-XPB) costs \$125.

In Canada, please add either GST and applicable PST or HST Shipping charges: No shipping charges for delivery in Canada. For shipments to the United States, please add \$6. For shipments to other countries, please add \$10.

To order, CALL toll-free at 1 800 267-6677, FAX 1 877 287-4369 or MAIL your order to Statistics Canada, Dissemination Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6, Canada.

Or contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre listed in this publication. You may also order via E-MAIL: [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca)

# Recueil statistique des études de marché 1999

**Pénétrez les marchés de consommation et d'affaires canadiens ...**

Le TOUT DERNIER **Recueil statistique des études de marché 1999** fait état du marché canadien comme aucune autre source statistique ne le fait. Il réunit les résultats de plus de 20 enquêtes spéciales de Statistique Canada, de même que **les plus récentes données du Recensement de 1996**, dans un seul guide de référence pratique!

Pour les entrepreneurs, comme pour les spécialistes des études de marché, les planificateurs et les analystes, de même que pour les grandes et petites entreprises, le **Recueil statistique des études de marché 1999** constitue un outil complet de très grande valeur.

## Tirez profit des possibilités...

- ▶ repérez les nouvelles tendances
  - ▶ positionnez vos produits efficacement
  - ▶ obtenez un avantage concurrentiel au sein d'une économie de concurrence sans cesse changeante
- ... et gérez l'avenir de votre marché!

ANALYSEZ LES CONDITIONS DE VOTRE MARCHÉ - À L'ÉCHELLE RÉGIONALE OU NATIONALE - EN UTILISANT :

## Les principales variables démographiques

- |              |                    |                     |
|--------------|--------------------|---------------------|
| ▶ population | ▶ âge              | ▶ dépenses agrégées |
| ▶ scolarité  | ▶ sexe             | des ménages         |
| ▶ revenu     | ▶ ventes au détail | ▶ et plus!          |

## Les indicateurs économiques

- |                               |                                      |
|-------------------------------|--------------------------------------|
| ▶ données sur la productivité | ▶ investissements privés et publics  |
| de la population active       | ▶ indices des prix à la consommation |
| ▶ commerce international      | et de l'industrie                    |
| ▶ produit intérieur brut      | ▶ et plus!                           |

## La démographie des entreprises

- |                      |                          |
|----------------------|--------------------------|
| ▶ secteur d'activité | ▶ taille de l'entreprise |
| ▶ région urbaine     | ▶ et plus!               |

## Nouveau pour 1999!

- ▶ le nombre d'immigrants selon la profession projetée
- ▶ les fournisseurs de services Internet : type de services, composition régionale et sources de revenus
- ▶ les projections de la population du Nunavut
- ▶ les dépenses agrégées des ménages, y compris celles consacrées aux jeux de hasard (c.-à-d. au casino), ainsi qu'un bilan détaillé des dépenses sur l'habillement et les soins de santé
- ▶ le nombre de cinémas et leurs recettes, y compris le nombre d'écrans et de sièges
- ▶ une ventilation plus détaillée des domaines d'études des étudiants à plein temps de premier cycle
- ▶ variation de l'emploi et statut des entreprises

**NOUVEAU POUR 1999!**

**Recueil statistique des études de marché 1999** (n° 63-224-XPB au catalogue) se vend 125 \$.

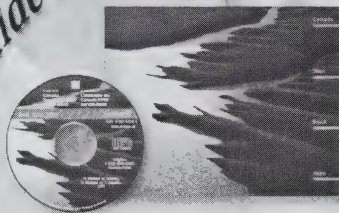
Au Canada, veuillez ajouter soit la TPS et la TVP en vigueur, soit la TVH. Frais de port :

Aucuns frais pour les envois au Canada. Pour les envois à destination des États-Unis, veuillez ajouter 6 \$. Pour les envois à destination des autres pays, veuillez ajouter 10 \$.

Pour commander, TELEPHONEZ sans frais au 1 800 267-6677, TÉLÉCOPIEZ vos commandes au 1 877 287-4369 ou POSTEZ votre commande à Statistique Canada, Division de la diffusion, Gestion de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario), K1A 0T6, Canada. Ou communiquez avec le Centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous mentionné dans la présente publication. Vous pouvez aussi commander par COURRIEL : [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca).



## Your Guide from Coast to Coast!



THE CANADIAN REFERENCE THAT ANSWERS YOUR QUESTIONS ABOUT CANADA, AND EVEN THOSE YOU NEVER THOUGHT TO ASK, IS NOW AVAILABLE AS A CAPTIVATING BOOK, AS A USER-FRIENDLY CD-ROM AND AS A PRACTICAL COMBINATION PACKAGE. CONVENIENT AT WORK, SCHOOL AND HOME, CANADA YEAR BOOK 1999 BOTH DISPLAYS AND ANALYZES THE COMPLEXITIES OF LIVING AND WORKING IN CANADA TODAY.

Time and time again, you will turn to *Canada Year Book 1999* for penetrating articles, accurate statistics, clear tables, informative graphs and exquisite photographs spotlighting key trends and changes in our social, political and economic lives.

Choose *Canada Year Book 1999* or *Canada Year Book 1999 on CD-ROM* as your reference companion. You can order the book (cat. no. 11-402-XPE99001) for \$59.95, the CD-ROM (cat. no. 11-402-XCB99001) for \$79.95, OR the Book/CD-ROM Combination Package (cat. no. 10-3005XKE99001) available at the special price of \$128.41.

In Canada, please add either GST and applicable PST or HST. Shipping charges: No shipping charges for delivery in Canada. For shipments to the United States, please add \$6. For shipments to other countries, please add \$10. To find out about shipping charges applicable to orders of multiple copies, please contact us.

To order, call toll-free 1 800 267-6677, fax toll-free 1 877 287-4369 or write to Statistics Canada, Dissemination Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6, Canada. You may also e-mail your order to: [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca) or contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre listed in this publication.

## Votre guide d'un océan à l'autre!



OUTIL DE RÉFÉRENCE CANADIEN QUI RÉPOND À TOUTES VOS QUESTIONS, MÊME À CELLES QUE VOUS N'AVEZ PAS ENCORE POSÉES, EST PRÉSENTÉ EN UN LIVRE CAPTIVANT, UN CD-ROM CONVIVIAL ET UN ENSEMBLE LIVRE ET CD-ROM PRATIQUE. UTILE AU TRAVAIL, À L'ÉCOLE ET À LA MAISON, L'ANNUAIRE DU CANADA 1999 DÉPEINT ET ANALYSE LES COMPLEXITÉS DE LA VIE ET DU TRAVAIL D'AUJOURD'HUI AU CANADA.

Vous consulterez l'*Annuaire du Canada 1999* encore et encore pour obtenir des articles percutants, des statistiques précises, des tableaux clairs, des graphiques informatifs et des photographies exceptionnelles qui mettent en évidence les tendances et les changements importants survenus aux plans social, politique et économique.

Choisissez l'*Annuaire du Canada 1999* ou l'*Annuaire du Canada 1999 sur CD-ROM* comme compagnon de référence. Vous pouvez commander le livre (n° 11-402-XPE99001 au catalogue) au prix de 59,95 \$, le CD-ROM (n° 11-402-XCB99001 au catalogue) au prix de 79,95 \$ ou l'ensemble livre et CD-ROM (n° 10-3005XKE99001 au catalogue) au prix réduit de 128,41 \$.

Au Canada, veuillez ajouter soit la TPS et la TVP en vigueur, soit la TVH. Frais de port : Aucuns frais pour les envois au Canada. Pour les envois à destination des États-Unis, veuillez ajouter 6 \$. Pour les envois à destination des autres pays, veuillez ajouter 10 \$. Pour connaître les frais de port applicables aux commandes de plusieurs exemplaires, veuillez communiquer avec nous.

Pour commander, téléphonez sans frais au 1 800 267-6677, télécopiez sans frais au 1 877 287-4369 ou écrivez à Statistique Canada, Division de la diffusion, Gestion de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa, Ontario, K1A 0T6, Canada. Vous pouvez aussi faire parvenir votre commande par courriel à [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca) ou communiquer avec le Centre de consultation de Statistique Canada de votre région (la liste des centres figure dans la présente publication).



Visit our Web site: [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca) and try out a FREE DEMO of *CYB99 on CD-ROM* or download the FREE *CYB99 Teacher's Kit!*

Visitez notre site Web : [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca) et essayez notre DÉMONSTRATEUR GRATUIT de l'*Annuaire du Canada 1999 sur CD-ROM* ou téléchargez notre *Trousse de l'enseignant* pour l'*Annuaire du Canada* GRATUITE!





Catalogue no. 63-005-XPB

# Retail Trade

May 2000

N° 63-005-XPB au catalogue

# Commerce de détail

Mai 2000

Gouvernement  
du Canada



Statistics  
Canada

Statistique  
Canada

Canada

## How to obtain more information

Specific inquiries about this product and related statistics or services should be directed to: Marketing and Client Services Section, Distributive Trades Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (telephone: (613) 951-3549) or toll free at 1 877 421-3067).

For information on the wide range of data available from Statistics Canada, you can contact us by calling one of our toll-free numbers. You can also contact us by e-mail or by visiting our Web site.

National inquiries line	1 800 263-1136
National telecommunications device for the hearing impaired	1 800 363-7629
Depository Services Program inquiries	1 800 700-1033
Fax line for Depository Services Program	1 800 889-9734
E-mail inquiries	infostats@statcan.ca
Web site	www.statcan.ca

## Ordering and subscription information

This product, Catalogue no. 63-005-XPB, is published monthly as a standard printed publication at a price of CDN \$21.00 per issue and CDN \$206.00 for a one-year subscription. The following additional shipping charges apply for delivery outside Canada:

	Single issue	Annual subscription
United States	CDN \$ 6.00	CDN \$72.00
Other countries	CDN \$ 10.00	CDN \$120.00

This product is also available in electronic format on the Statistics Canada Internet site as Catalogue no. 63-005-XIB at a price of CDN \$16.00 per issue and CDN \$155.00 for a one-year subscription. To obtain single issues or to subscribe, visit our Web site at [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca), and select Products and Services.

All prices exclude sales taxes.

The printed version of this publication can be ordered by

- Phone (Canada and United States) **1 800 267-6677**
- Fax (Canada and United States) **1 877 287-4369**
- E-mail **order@statcan.ca**
- Mail Statistics Canada  
Dissemination Division  
Circulation Management  
120 Parkdale Avenue  
Ottawa, Ontario K1A 0T6
- And, in person at the Statistics Canada Reference Centre nearest you, or from authorised agents and bookstores.

When notifying us of a change in your address, please provide both old and new addresses.

## Standards of service to the public

Statistics Canada is committed to serving its clients in a prompt, reliable and courteous manner and in the official language of their choice. To this end, the Agency has developed standards of service which its employees observe in serving its clients. To obtain a copy of these service standards, please contact Statistics Canada toll free at 1 800 263-1136.

## Comment obtenir d'autres renseignements

Toute demande de renseignements au sujet du présent produit ou au sujet de statistiques ou de services connexes doit être adressée à : Section du marketing et service à la clientèle, Division de la statistique du commerce, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (téléphone : (613) 951-951-3549) ou sans frais au 1 877 421-3067.

Pour obtenir des renseignements sur l'ensemble des données de Statistique Canada qui sont disponibles, veuillez composer l'un des numéros sans frais suivants. Vous pouvez également communiquer avec nous par courriel ou visiter notre site Web.

Service national de renseignements	1 800 263-1136
Service national d'appareils de télécommunications pour les malentendants	1 800 363-7629
Renseignements concernant le Programme des bibliothèques de dépôt	1 800 700-1033
Télécopieur pour le Programme des bibliothèques de dépôt	1 800 889-9734
Renseignements par courriel	infostats@statcan.ca
Site Web	www.statcan.ca

## Renseignements sur les commandes et les abonnements

Le produit n° 63-005-XPB au catalogue est publié mensuellement en version imprimée standard et est offert au prix de 21 \$ CA l'exemplaire et de 206 \$ CA pour un abonnement annuel. Les frais de livraison supplémentaires suivants s'appliquent aux envois à l'extérieur du Canada :

	Exemplaire	Abonnement annuel
États-Unis	6 \$ CA	72 \$ CA
Autres pays	10 \$ CA	120 \$ CA

Ce produit est aussi disponible sous forme électronique dans le site Internet de Statistique Canada, sous le n° 63-005-XIB au catalogue, et est offert au prix de 16 \$ CA l'exemplaire et de 155 \$ CA pour un abonnement annuel. Les utilisateurs peuvent obtenir des exemplaires ou s'abonner en visitant notre site Web à [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca) et en choisissant la rubrique Produits et services.

Les prix ne comprennent pas les taxes de ventes.

La version imprimée peut être commandée par

- Téléphone (Canada et États-Unis) **1 800 267-6677**
- Télécopieur (Canada et États-Unis) **1 877 287-4369**
- Courriel **order@statcan.ca**
- Poste Statistique Canada  
Division de la diffusion  
Gestion de la circulation  
120, avenue Parkdale  
Ottawa (Ontario) K1A 0T6
- En personne au bureau régional de Statistique Canada le plus près de votre localité ou auprès des agents et librairies autorisés.

Lorsque vous signalez un changement d'adresse, veuillez nous fournir l'ancienne et la nouvelle adresse.

## Normes de service à la clientèle

Statistique Canada s'engage à fournir à ses clients des services rapides, fiables et courtois, et ce, dans la langue officielle de leur choix. À cet égard, notre organisme s'est doté de normes de service à la clientèle qui doivent être observées par les employés lorsqu'ils offrent des services à la clientèle. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec Statistique Canada au numéro sans frais 1 800 263-1136.



Statistics Canada  
Distributive Trades Division  
Retail Financial Section

# Retail Trade

May 2000

Statistique Canada  
Division de la statistique du commerce  
Section du commerce de détails financiers

# Commerce de détail

Mai 2000

Published by authority of the Minister  
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 2000

All rights reserved. No part of this publication  
may be reproduced, stored in a retrieval system or  
transmitted in any form or by any means, electronic,  
mechanical, photocopying, recording or otherwise  
without prior written permission from Licence  
Services, Marketing Division, Statistics Canada,  
Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

July 2000

Catalogue no. 63-005-XPB, Vol. 72, No. 5  
ISSN 0380-6146

Frequency: Monthly

Catalogue no. 63-005-XIB, Vol. 72, No. 5  
ISSN 1488-0008

Ottawa

Publication autorisée par le ministre  
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 2000

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire  
ou de transmettre le contenu de la présente publication,  
sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit,  
enregistrement sur support magnétique, reproduction  
électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou  
de l'emmagasiner dans un système de recouvrement,  
sans l'autorisation écrite préalable des Services de  
concession des droits de licence, Division du  
marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario,  
Canada K1A 0T6.

Juillet 2000

N° 63-005-XPB au catalogue, vol. 72, n° 5  
ISSN 0380-6146

Périodicité : mensuelle

N° 63-005-XIB au catalogue, vol. 72, n° 5  
ISSN 1488-0008

Ottawa

---

## Note of appreciation

*Canada owes the success of its statistical system  
to a long-standing partnership between Statistics  
Canada, the citizens of Canada, its businesses,  
governments and other institutions. Accurate and  
timely statistical information could not be produced  
without their continued cooperation and goodwill.*

---

## Note de reconnaissance

*Le succès du système statistique du Canada repose  
sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada  
et la population, les entreprises, les administrations  
canadiennes et les autres organismes. Sans cette  
collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible  
de produire des statistiques précises et actuelles.*

## Symbols

The following standard symbols are used in this Statistics Canada publication:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

## NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

## A NOTE ON CANSIM

All current and historical statistics on Retail Trade (Matrix Nos. 2299, 2397-2416 and 2418-2420), as well as many other series are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian - Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printout, or in machine readable form. For further information, contact the Cansim staff or Dissemination Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (telephone (613) 951-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- **F. Maranda**, Director, Distributive Trades Division
- **R. Lussier**, Assistant Director, Distributive Trades Division
- **B. Meyer**, Chief, Retail Financial Section, Distributive Trades Division
- **P. Gratton**, Senior Economist, Retail Financial Section, Distributive Trades Division

## Signes conventionnels

Les signes conventionnels suivants sont employés uniformément dans cette publication de Statistique Canada :

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

## NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

## NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système Canadien d'information socio-économique) fournit au public toutes les statistiques actuelles et historiques sur le Commerce de détail (matrice nos 2299, 2397-2416 et 2418-2420), et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports ordinolingués. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de CANSIM de la Division de la diffusion, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone (613) 951-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de :

- **F. Maranda**, directeur, Division de la statistique du commerce
- **R. Lussier**, directeur adjoint, Division de la statistique du commerce
- **B. Meyer**, chef, section du commerce de détails financiers, Division de la statistique du commerce
- **P. Gratton**, économiste principal, Section du commerce de détails financiers, Division de la statistique du commerce

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences - Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 - 1984.

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'American National Standard for Information Sciences "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 1984.



## TABLE OF CONTENTS

	PAGE
Highlights	v
Charts	vii
For Further Reading	ix

## Table

1. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	2
2. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	4
3. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)	6
4. Retail Trade Sample Response Fraction and Coefficient of Variation (Current Periods)	22
5. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	24
6. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	26
7. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Current Periods)	28
8. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Historical Estimates)	28
9. Retail Sales, Current and Constant (1992) Dollar Estimates	30

## Appendix

I. Definitions	33
II. Trade Group Coverage	34

## TABLE DES MATIÈRES

	PAGE
Faits saillants	v
Graphiques	vii
Lectures suggérées	ix

## Tableau

1. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	2
2. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	4
3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)	6
4. Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation (périodes courantes)	22
5. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	24
6. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	26
7. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)	28
8. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)	28
9. Ventes au détail, estimations en dollars courants et constants (1992)	30

## Appendice

I. Définitions	33
II. Couverture des groupes de commerce	34

## Note to users

Monthly estimates (unadjusted data) for four metropolitan areas (Montreal, Toronto, Winnipeg and Vancouver) can be tabulated by trade group and are available for purchase. For information on metropolitan area estimates, contact the Marketing and Client Services Section at (613) 951-3549 or toll free at 1 877 421-3067.

Users interested in acquiring further information relating to the methodology, seasonal adjustment and data reliability of this survey may consult the February 2000 issue (containing revisions to the previous year) of this publication or contact the Marketing and Client Services Section.

## Notes aux utilisateurs

Les estimations mensuelles (non désaisonnalisées) pour les quatre régions métropolitaines (Montréal, Toronto, Winnipeg et Vancouver) par groupe de commerce sont disponibles pour achat. Pour plus de renseignements sur les régions métropolitaines, communiquez avec la Section du marketing et services à la clientèle au (613) 951-3549 ou sans frais au 1 877 421-3067.

Les utilisateurs qui sont intéressés d'obtenir plus de renseignements concernant la méthodologie, la désaisonnalisation et la fiabilité des données de cette enquête peuvent consulter le numéro de février 2000, de cette publication (incluant les révisions de l'année précédente) ou communiquer avec la Section du marketing et services à la clientèle.

## Highlights

Retail sales advanced 0.4% in May to \$22.7 billion, driven by the automotive sector. Most other sectors also posted advances; only food stores (-1.3%) and furniture stores (-0.4%) suffered declining sales. When prices are held constant, retail sales remained unchanged in May from the previous month.

May's increase continued a pattern of volatile sales that have been observed since the fall of 1999. April's 1.1% decline in retail sales followed a 2.1% advance in March and a 0.8% decline in February. Several factors have contributed to the recent volatility in retail sales. A warmer-than-usual winter and cooler-than-normal spring have shifted consumers' spending patterns. Additional volatility has been caused by large swings in gasoline prices.

Retail sales had generally been rising sharply from the start of 1999, with slower advances in 2000. Retail sales in May were 6.2% higher than in May 1999.

### Auto sector drives up sales

Sales in the automotive sector rose 1.5% in May, partially offsetting April's 3.4% decline. Within this sector, sales increased in automotive parts accessories and service stores (+5.7%), motor and recreational vehicle dealers (+0.9%) and gasoline service stations (+0.4%). After advancing strongly through most of 1999, sales in the automotive sector have been posting smaller gains so far in 2000.

Consumers returned to automotive parts, accessories and services stores; sales in those outlets in May bounced back from a 6.2% decline in April. Despite the volatility seen in recent months by these stores, sales have generally been rising since the fall of 1997.

Sales by motor and recreational vehicle dealers advanced in May (+0.9%) following a 3.0% decline in April. May's advance came despite a 1.5% reduction in the value of new motor vehicles sold. Sales by motor and recreational vehicle dealers includes the sales of new cars, used cars, boats and recreational vehicles as well as the sales of parts and services by these stores. Marine and recreational vehicle dealers, in particular, had buoyant sales. Despite May's advance, sales by motor and recreational vehicle dealers have been weak through most of 2000 thus far, after strong advances throughout 1999.

## Faits saillants

Les ventes au détail ont progressé de 0,4 % en mai pour s'établir à 22,7 milliards de dollars, grâce principalement au secteur de l'automobile. La plupart des autres secteurs ont également progressé; seuls les magasins d'alimentation (-1,3 %) et les magasins de meubles (-0,4 %) ont enregistré une baisse de leurs ventes. En prix constants, les ventes au détail n'ont pas varié en mai par rapport au mois précédent.

L'augmentation enregistrée en mai s'inscrit dans une série de ventes mensuelles instables que l'on observe depuis l'automne 1999. En effet, le recul de 1,1 % affiché par les détaillants en avril avait été précédé d'une progression de 2,1 % en mars et d'une baisse de 0,8 % en février. Les récentes fluctuations des ventes s'expliquent par un certain nombre de facteurs. Un hiver plus doux et un printemps plus frais que d'habitude ont notamment modifié la façon de dépenser des consommateurs. De plus, des variations importantes du prix de l'essence ont accentué les fluctuations mensuelles des ventes.

Les ventes au détail étaient généralement en forte progression depuis le début de 1999, mais les augmentations ont été plus faibles durant l'année 2000. Les ventes au détail étaient en mai de 6,2 % supérieures au niveau observé en mai 1999.

### Le secteur de l'automobile enregistre une hausse de ses ventes

Les ventes dans le secteur de l'automobile ont augmenté de 1,5 % en mai, effaçant ainsi partiellement le recul de 3,4 % observé en avril. À l'intérieur de ce secteur, les ventes ont progressé dans le cas des magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services (+5,7 %), des concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs (+0,9 %) et des stations-service (+0,4 %). Après avoir progressé fortement durant la majeure partie de 1999, le secteur de l'automobile affiche maintenant des hausses plus faibles de ses ventes en 2000.

En mai, les consommateurs étaient de retour dans les magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services, et les ventes de ces établissements ont rebondi après avoir enregistré un recul important (-6,2 %) en avril. Malgré les fluctuations observées ces derniers mois, les ventes de ces magasins sont généralement en progression depuis l'automne 1997.

Les ventes des concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs ont augmenté en mai (+0,9 %), après avoir diminué de 3,0 % en avril. La progression observée en mai survient en dépit d'une réduction de 1,5 % de la valeur des véhicules neufs vendus. Les ventes des concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs comprennent les ventes de voitures neuves, de voitures d'occasion, de bateaux de plaisance et de véhicules récréatifs, ainsi que les ventes de pièces et de services offerts par ces établissements. Les ventes des concessionnaires de véhicules nautiques et récréatifs ont été particulièrement bonnes en mai. Malgré la progression enregistrée au cours de ce mois, les ventes des concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs ont été faibles depuis le début de 2000, après avoir augmenté de manière importante tout au long de 1999.

Sales in gasoline service stations rose 0.4% in May, coincident with a 1.9% increase in prices at the pump. The price of gasoline started to rise sharply in February 1999. Over this period, the price of gasoline has jumped 37.4%, while sales in gasoline service stations have risen 34.7%. Prior to 1999, sales in gasoline service stations had been declining for two years.

### **Food stores are starved of sales**

Consumers spent 1.3% less in food stores than they did in April. About one-quarter of food store sales come from non-food items, many of which are seasonal in nature. Sales of these items may have been partially affected by the cooler-than-normal weather seen in much of Canada in May. Sales in food stores have been rising gradually since the spring of 1996.

Clothing stores posted a 0.6% advance in May; men's clothing, women's clothing and shoe stores regained some of the ground that they had lost in April. Unseasonable weather has caused some volatility in clothing stores' sales in recent months. Sales in clothing stores have generally been rising since the start of 1996.

A small advance was also seen in general merchandise stores (+0.3%). Within this sector, the 0.2% decline in department store sales was more than offset by advances by other general merchandise stores (+1.0%). Sales in general merchandise stores have been flat since the summer of 1999; falling department store sales have been offset by gains in other general merchandise stores.

Drug store sales were virtually unchanged (+0.1%). Sales in drug stores have been rising slowly since the summer of 1997, except for a pause in the second half of 1998. Furniture store sales were off 0.4% in May, but have been advancing since the spring of 1996.

### **Ontario posts strongest advance**

Retailers in Ontario (+1.7%) and Saskatchewan (+1.1%) enjoyed the strongest advances in May. Retailers in the Northwest Territories (-3.5%), Prince Edward Island (-1.5%), Yukon (-1.3%) and British Columbia (-1.2%) suffered the largest declines.

Ontario's increase came largely on the strength of the automotive sector, although most other sectors posted advances. Consumers have been spending more in Ontario retail stores since the summer of 1996.

The gains in Saskatchewan were also broad-based; only the food sector posted significant declines. Retail sales in Saskatchewan have been rising slowly since the start of 1999 after declining through most of 1998.

Les ventes des stations-service ont augmenté de 0,4 % en mai, ainsi que les prix à la pompe, en hausse de 1,9 %. Le prix de l'essence a commencé à augmenter en février 1999. Au cours de cette période, le prix de l'essence a augmenté de 37,4 %, et les ventes des stations-service ont progressé de 34,7 %. Avant 1999, les ventes des stations-services avaient été en baisse pendant deux ans.

### **Les magasins d'alimentation restent sur leur faim**

Les consommateurs ont moins dépensé dans les magasins d'alimentation en mai (-1,3 %), comparativement à avril. Environ un quart des ventes de ces magasins sont composées d'articles non alimentaires, dont un grand nombre sont saisonniers. La vente de ces articles pourrait avoir été partiellement touchée par le temps plus frais que d'habitude qu'on a connu dans la majeure partie du Canada en mai. Les ventes des magasins d'alimentation sont en progression graduelle depuis le printemps 1996.

Les magasins de vêtements ont affiché une progression de 0,6 % en mai, les magasins de vêtements pour hommes, de vêtements pour femmes et de chaussures ayant regagné une partie du terrain qu'ils avaient perdu en avril. Le temps anormal pour la saison a entraîné une certaine irrégularité dans les ventes des magasins de vêtements ces derniers mois. Les ventes de ces établissements sont généralement en progression depuis le début de 1996.

Une légère hausse des ventes des magasins de marchandises diverses (+0,3 %) a également été observée. Dans ce secteur, le recul de 0,2 % enregistré dans les ventes des grands magasins a été plus que neutralisé par la progression qu'ont connue les autres magasins de marchandises diverses (+1,0 %). Les ventes des magasins de marchandises diverses stagnent depuis l'été 1999, étant donné que le recul des ventes des grands magasins a été compensé par des hausses dans les autres magasins de marchandises diverses.

Les ventes des pharmacies n'ont pratiquement pas varié (+0,1 %). Elles sont en lente progression depuis l'été 1997, exception faite d'une période de stagnation enregistrée dans la deuxième moitié de 1998. Malgré la baisse observée en mai (-0,4 %), les ventes des magasins de meubles progressent depuis le printemps 1996.

### **L'Ontario affiche la progression la plus forte**

Les détaillants de l'Ontario (+1,7 %) et de la Saskatchewan (+1,1 %) ont enregistré les plus fortes hausses de leurs ventes en mai, tandis que les détaillants des Territoires du Nord-Ouest (-3,5 %), de l'Île-du-Prince-Édouard (-1,5 %), du Yukon (-1,3 %) et de la Colombie-Britannique (-1,2 %) ont affiché les reculs les plus importants.

La hausse observée en Ontario est attribuable principalement au secteur de l'automobile, même si la plupart des autres secteurs ont également affiché une progression. Les consommateurs dépensent davantage dans les magasins de vente au détail de l'Ontario depuis l'été 1996.

L'augmentation des ventes enregistrée en Saskatchewan a également été générale. En effet, seul le secteur de l'alimentation accuse une baisse importante de ses ventes. Dans cette province, les ventes au détail progressent lentement depuis le début de 1999, après avoir reculé durant la majeure partie de 1998.



With May's decline, retail sales in British Columbia fell 1.7% short of the peak reached in December 1999. Retail sales had been rising from the fall of 1998 to the end of 1999, following a one-year slump.

### Related indicators for June

In June, employment was virtually unchanged (-0.1%). The number of housing starts fell for a fourth consecutive month (-1.8%). The price of gasoline rose 6.3% compared with May. Preliminary figures from the auto industry indicate an increase in the number of new motor vehicles sold in June.

À la suite de la baisse observée en mai, le niveau des ventes en Colombie-Britannique est inférieur de 1,7 % au sommet qui avait été atteint en décembre 1999. Les ventes au détail se sont accrues de l'automne 1998 jusqu'à la fin de 1999, suivant une année de marasme.

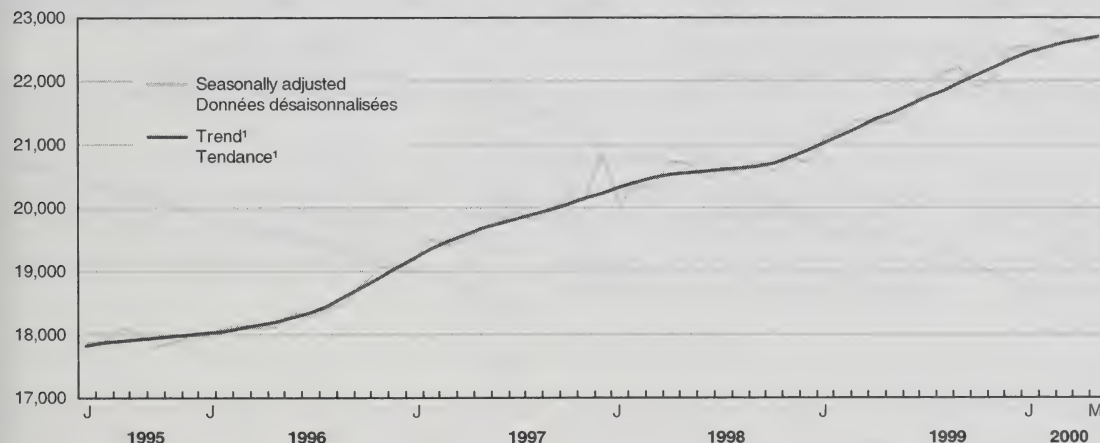
### Indicateurs connexes pour juin

En juin, le nombre d'emplois est demeuré pratiquement inchangé (-0,1 %). Quant au nombre de mises en chantier, il a chuté pour un quatrième mois consécutif en juin (-1,8 %). Le prix de l'essence a augmenté de 6,3 % par rapport à mai. Les chiffres provisoires émanant du secteur de l'automobile indiquent une hausse du nombre de véhicules neufs vendus en juin.

### Retail Sales – Canada

### Canada Ventes au détail – Canada

\$ billions – \$ milliards

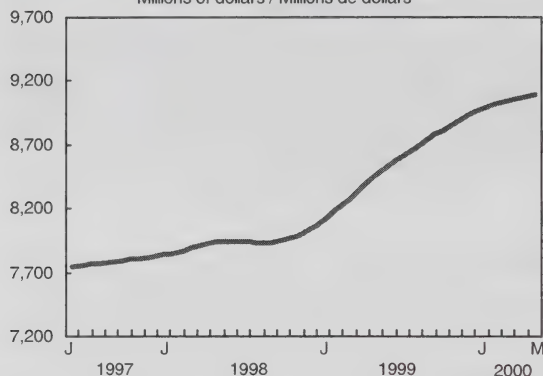


<sup>1</sup> Trends represent smoothed seasonally adjusted data.

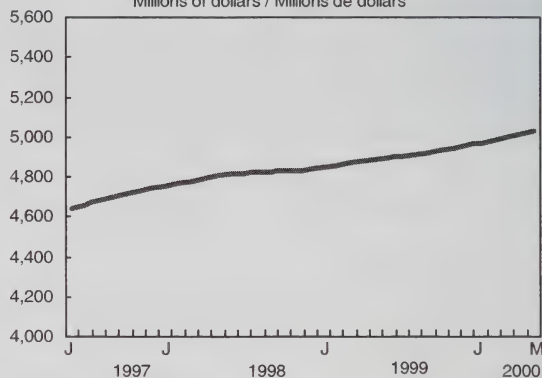
<sup>1</sup> Les tendances représentent les données désaisonnalisées lissées.

**Retail Sales Trends<sup>1</sup> – Canada,  
By Major Group**
**Tendances<sup>1</sup> des ventes au détail – Canada,  
par groupe principal**
**Automotive / Véhicules automobiles**

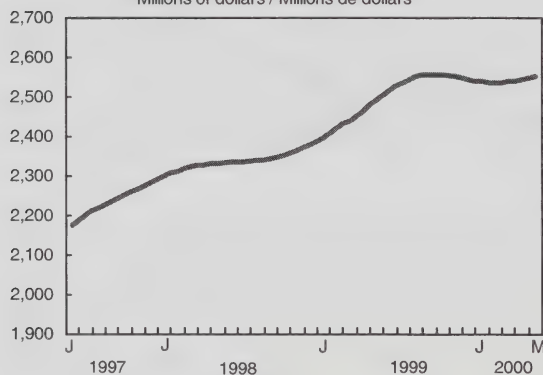
Millions of dollars / Millions de dollars


**Food / Aliments**

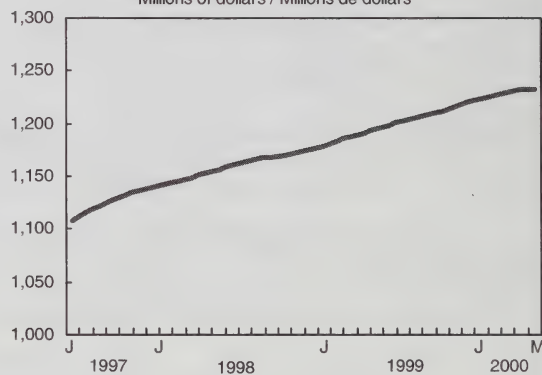
Millions of dollars / Millions de dollars


**General Merchandise / Marchandises diverses**

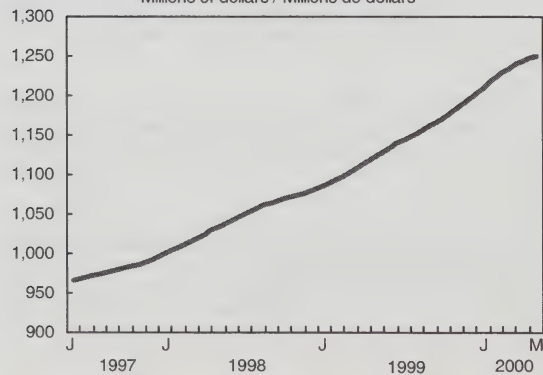
Millions of dollars / Millions de dollars


**Clothing / Vêtements**

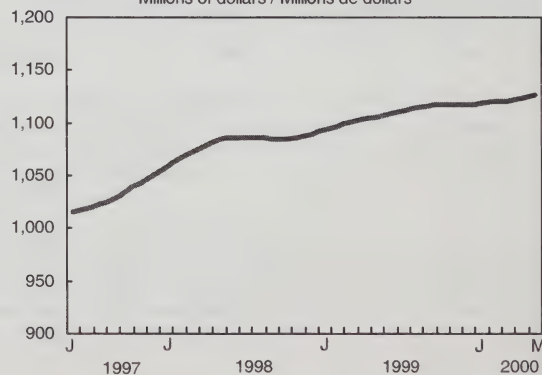
Millions of dollars / Millions de dollars


**Furniture / Meubles**

Millions of dollars / Millions de dollars


**Drug / Pharmacies**

Millions of dollars / Millions de dollars


<sup>1</sup> Trends represent smoothed seasonally adjusted data.

<sup>1</sup> Les tendances représentent les données désaisonnalisées lissées.

For Further Reading

Selected Publications from Statistics Canada

Lectures suggérées

Choisies parmi les publications de Statistique Canada

Title	Catalogue	Titre
New Motor Vehicle Sales, Monthly, Bilingual	63-007-XIB	Ventes de véhicules automobiles neufs, mensuel, bilingue
Wholesale Trade, Monthly, Bilingual	63-008-XIB	Commerce de gros, mensuel, bilingue
Retail Chain and Department Stores, Annual, Bilingual	63-210-XIB	Magasins de détail à succursales et les grands magasins, annuel, bilingue
Wholesaling and Retailing Canada, Annual, Bilingual	63-236-XIB	Les commerces de gros et de détail au Canada, annuel, bilingue
Market Research Handbook, Annual, Bilingual	63-224-XPB	Recueil statistique des études de marché, annuel, bilingue

To order a pulication you may telephone 1 (613) 951-7277 or use facsimile number 1 (613) 951-1584. For toll free in Canada only telephone 1 800 267-6677. When ordering by telephone or facsimile a written confirmation is not required.

Pour obtenirune publication veuillez téléphoner au 1 (613) 951-7277 ou utiliser le numéro du télécopieur 1 (613) 951-1584. Pour appeler sans frais, au Canada, composez le 1 800 267-6677. Il n'est pas nécessaire de nous faire parvenir une confirmation pour une commande faite par téléphone ou télécopieur





**Statistical  
Tables**

---

**Tableaux  
statistiques**

---

Table 1

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Current Periods)**

	Sales					Change from previous month Variation par rapport au mois précédent	
	Ventes						
	May 2000 Mai	April 2000 Avril	March 2000 Mars	February 2000 Février	Year-to-date 2000 Cumulatif		
	Millions of dollars – Millions de dollars					Per cent – Pourcentage	
<b>Trade Group - Canada</b>							
Supermarkets and grocery stores	4,641.8	4,717.8	4,641.4	4,606.1	23,103.3	-1.6	1.6
All other food stores	388.4	379.3	376.8	373.6	1,888.6	2.4	0.7
Drugs and patent medicine stores	1,129.3	1,128.7	1,109.3	1,111.1	5,599.6	0.1	1.7
Shoe stores	132.6	129.7	143.8	137.4	681.2	2.2	-9.8
Men's clothing stores	131.3	125.9	132.0	130.6	647.9	4.3	-4.6
Women's clothing stores	378.9	371.3	391.1	377.2	1,904.0	2.0	-5.1
Other clothing stores	586.8	595.7	592.4	579.0	2,939.9	-1.5	0.6
Household furniture and appliance stores	1,018.0	1,023.8	1,012.0	987.5	5,039.8	-0.6	1.2
Household furnishings stores	233.3	231.9	230.3	229.7	1,149.9	0.6	0.7
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,983.7	5,930.0	6,113.3	5,829.8	30,003.6	0.9	-3.0
Gasoline service stations	1,770.0	1,763.7	1,809.5	1,780.7	8,791.3	0.4	-2.5
Automotive parts, accessories and services	1,311.0	1,240.0	1,321.9	1,276.0	6,416.7	5.7	-6.2
General merchandise stores	2,561.8	2,554.0	2,534.6	2,544.8	12,791.3	0.3	0.8
Other semi-durable goods stores	708.6	709.3	726.2	703.1	3,592.3	-0.1	-2.3
Other durable goods stores	600.1	586.7	605.9	612.6	3,012.1	2.3	-3.2
Other retail stores	1,099.0	1,091.7	1,092.6	1,079.7	5,429.6	0.7	-0.1
<b>Total, all stores</b>	<b>22,674.6</b>	<b>22,579.5</b>	<b>22,833.2</b>	<b>22,358.9</b>	<b>112,991.1</b>	<b>0.4</b>	<b>-1.1</b>
<b>Regions</b>							
Newfoundland	371.6	373.5	372.4	362.0	1,844.4	-0.5	0.3
Prince Edward Island	102.9	104.5	101.3	102.5	510.6	-1.5	3.2
Nova Scotia	696.5	694.8	705.9	697.5	3,468.0	0.2	-1.6
New Brunswick	574.8	573.3	590.0	559.4	2,864.2	0.3	-2.8
Quebec	5,150.9	5,171.0	5,308.8	5,122.1	25,992.9	-0.4	-2.6
Ontario	8,754.3	8,611.5	8,698.2	8,523.1	43,193.4	1.7	-1.0
Manitoba	777.3	770.0	781.4	776.6	3,875.2	0.9	-1.5
Saskatchewan	672.5	664.9	678.3	665.9	3,348.0	1.1	-2.0
Alberta	2,620.1	2,626.9	2,605.8	2,572.2	13,007.0	-0.3	0.8
British Columbia	2,878.6	2,912.6	2,912.9	2,902.2	14,507.2	-1.2	0.0
Yukon	28.9	29.3	29.1	28.5	143.7	-1.4	0.7
Nunavut	15.3	15.2	15.7	14.7	75.8	0.7	-3.2
Northwest Territories	31.0	32.1	33.6	32.2	161.2	-3.4	-4.5

Tableau 1

**Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(périodes courantes)**

Change from previous month Variation par rapport au mois précédent		Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					
March 2000 Mars	February 2000 Février	May 2000 Mai	April 2000 Avril	March 2000 Mars	February 2000 Février	Year-to-date 2000 Cumulatif	
Per cent – Pourcentage							
							<b>Groupe de commerce - Canada</b>
0.8	2.4	2.3	4.4	2.9	2.8	2.4	Supermarchés d'alimentation et épiceries
0.9	0.8	5.8	4.9	1.8	3.6	3.9	Tous les autres magasins d'alimentation
-0.2	-0.9	2.6	3.0	0.0	-0.2	1.5	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
4.7	-0.2	-5.4	-7.8	2.5	1.2	-2.1	Magasins de chaussures
1.1	2.0	3.4	-0.8	2.2	2.3	1.7	Magasins de vêtements pour hommes
3.7	-2.2	0.4	-0.2	4.3	-0.1	1.5	Magasins de vêtements pour femmes
2.3	-1.2	4.6	7.4	7.7	5.5	7.1	Autres magasins de vêtements
2.5	-1.1	11.5	18.5	13.6	11.5	13.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagères
0.3	2.2	10.4	10.7	11.1	11.0	10.6	Magasins d'accessoires d'ameublement
4.9	-5.2	9.7	4.9	6.5	1.5	6.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
1.6	6.8	21.3	21.5	32.0	35.5	26.8	Stations-service
3.6	0.6	6.0	1.3	8.4	6.5	4.7	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
-0.4	-2.0	2.6	4.2	3.8	4.6	4.1	Magasins de marchandises diverses
3.3	-5.6	-0.2	1.1	1.6	1.3	2.0	Autres magasins de produits semi-durables
-1.1	1.0	2.9	0.2	1.5	4.1	2.2	Autres magasins de produits durables
1.2	1.2	2.5	5.1	6.3	5.3	4.7	Autres magasins de vente au détail
<b>2.1</b>	<b>-0.8</b>	<b>6.2</b>	<b>5.7</b>	<b>6.7</b>	<b>5.3</b>	<b>6.2</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
							<b>Régions</b>
2.9	-0.8	5.6	8.8	4.3	5.2	6.2	Terre-Neuve
-1.2	3.1	9.4	14.1	9.5	14.7	10.8	Île-du-Prince-Édouard
1.2	3.6	2.7	7.0	5.5	4.9	4.1	Nouvelle-Écosse
5.5	-1.3	4.1	6.0	9.8	4.5	6.4	Nouveau-Brunswick
3.6	-2.3	2.7	2.9	4.7	2.1	3.5	Québec
2.1	-1.0	7.8	6.5	7.9	6.5	7.5	Ontario
0.6	0.9	6.6	3.6	3.5	4.1	4.1	Manitoba
1.9	-0.1	5.8	4.4	7.2	6.3	5.7	Saskatchewan
1.3	-0.4	11.7	10.9	9.0	8.1	9.8	Alberta
0.4	0.0	4.5	4.1	5.5	5.4	4.8	Colombie-Britannique
2.1	2.2	5.1	6.9	9.0	0.4	5.5	Yukon
6.8	-1.3	7.7	-0.7	9.0	8.9	5.6	Nunavut
4.3	-0.3	4.0	16.3	5.7	4.9	6.8	Territoires du Nord Ouest

Table 2

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Current Periods)**

	Sales Ventes				
	May 2000 Mai	April 2000 Avril	March 2000 Mars	February 2000 Février	Year-to-date 2000 Cumulatif
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Trade Group - Canada</b>					
Supermarkets and grocery stores	4,674.4	4,658.9	4,611.8	4,181.9	22,440.4
All other food stores	401.4	379.4	354.8	332.6	1,789.2
Drugs and patent medicine stores	1,128.9	1,078.7	1,101.3	1,043.4	5,422.9
Shoe stores	154.4	129.8	116.6	83.3	589.6
Men's clothing stores	127.2	110.8	102.1	83.9	522.7
Women's clothing stores	405.0	355.9	331.8	264.1	1,632.9
Other clothing stores	551.6	532.8	513.3	394.2	2,416.7
Household furniture and appliance stores	928.0	901.7	912.5	791.8	4,362.9
Household furnishings stores	236.3	207.5	214.4	185.6	1,015.1
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	7,563.8	6,370.7	6,599.5	4,854.5	30,036.7
Gasoline service stations	1,836.0	1,640.3	1,746.2	1,579.4	8,327.4
Automotive parts, accessories and services	1,494.2	1,195.0	1,201.7	985.7	5,927.3
General merchandise stores	2,525.4	2,361.0	2,223.6	1,886.2	10,925.2
Other semi-durable goods stores	812.3	632.7	570.0	503.7	3,056.5
Other durable goods stores	594.7	526.0	498.1	455.8	2,560.4
Other retail stores	1,115.5	1,000.0	977.7	837.9	4,742.3
<b>Total, all stores</b>	<b>24,549.3</b>	<b>22,081.1</b>	<b>22,075.5</b>	<b>18,463.9</b>	<b>105,768.3</b>
<b>Regions</b>					
Newfoundland	404.2	358.8	357.7	285.5	1,687.0
Prince Edward Island	109.3	94.6	87.6	78.0	444.9
Nova Scotia	735.8	670.8	666.9	577.2	3,203.4
New Brunswick	632.2	555.7	552.7	444.5	2,628.5
Quebec	5,802.5	5,268.4	5,199.3	4,184.5	24,705.4
Ontario	9,454.2	8,283.3	8,350.0	7,013.7	40,156.7
Manitoba	819.0	749.4	765.7	648.6	3,624.5
Saskatchewan	704.1	643.0	639.4	548.6	3,099.6
Alberta	2,800.8	2,548.9	2,531.7	2,124.4	12,185.2
British Columbia	3,007.2	2,833.7	2,847.3	2,496.7	13,677.3
Yukon	32.5	27.0	26.9	21.2	129.2
Nunavut	15.9	15.7	15.5	13.1	73.2
Northwest Territories	31.7	31.8	34.9	28.0	153.7



Tableau 2

**Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(périodes courantes)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					
May 2000 Mai	April 2000 Avril	March 2000 Mars	February 2000 Février	Year-to-date 2000 Cumulatif	
Per cent – Pourcentage					
<b>Groupe de commerce - Canada</b>					
0.5	3.3	7.7	5.6	2.5	Supermarchés d'alimentation et épiceries
5.2	6.8	2.1	5.4	4.0	Tous les autres magasins d'alimentation
4.8	0.1	1.1	2.8	1.9	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-6.3	-8.8	7.5	3.3	-2.5	Magasins de chaussures
1.2	-3.4	6.8	5.3	1.6	Magasins de vêtements pour hommes
0.1	-1.8	7.6	4.3	1.8	Magasins de vêtements pour femmes
3.0	6.7	11.3	8.9	7.5	Autres magasins de vêtements
11.9	16.0	15.3	15.7	14.2	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
14.5	7.1	11.0	15.5	11.4	Magasins d'accessoires d'ameublement
16.8	-1.7	8.3	6.5	7.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
22.1	17.2	34.3	38.9	26.8	Stations-service
10.2	-2.7	10.4	9.9	5.7	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
2.8	3.8	5.2	8.1	5.0	Magasins de marchandises diverses
0.7	0.2	2.5	4.9	2.5	Autres magasins de produits semi-durables
1.7	-2.0	5.9	8.0	2.9	Autres magasins de produits durables
1.4	3.4	12.3	6.8	4.7	Autres magasins de vente au détail
<b>8.3</b>	<b>2.5</b>	<b>9.4</b>	<b>9.0</b>	<b>6.8</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Régions</b>					
7.3	5.0	8.7	8.9	6.9	Terre-Neuve
10.5	11.4	10.5	19.3	11.1	Île-du-Prince-Édouard
3.9	1.9	8.8	8.9	4.5	Nouvelle-Écosse
6.9	3.1	12.1	7.6	7.0	Nouveau-Brunswick
4.7	-0.8	8.7	6.3	4.3	Québec
10.7	3.2	10.6	9.9	8.2	Ontario
7.6	0.1	7.0	7.7	4.6	Manitoba
7.6	1.5	9.3	9.5	6.1	Saskatchewan
13.5	8.0	10.7	11.7	10.4	Alberta
5.8	2.1	7.0	9.4	5.4	Colombie-Britannique
8.3	3.8	9.3	2.9	6.3	Yukon
6.0	1.3	8.4	9.2	5.8	Nunavut
2.9	14.4	11.1	8.9	8.2	Territoires du Nord Ouest

Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Canada</b>					
Supermarkets and grocery stores	13,107.1	14,006.9	14,037.0	13,725.9	12,730.5
All other food stores	1,008.4	1,187.7	1,101.6	1,116.3	983.4
Drugs and patent medicine stores	3,215.3	3,647.6	3,279.8	3,240.7	3,166.7
Shoe stores	305.4	475.3	405.0	447.5	297.8
Men's clothing stores	284.7	553.4	343.1	365.7	274.0
Women's clothing stores	872.0	1,423.0	1,105.3	1,139.7	836.8
Other clothing stores	1,332.3	2,201.2	1,715.0	1,537.5	1,213.2
Household furniture and appliance stores	2,533.3	3,511.1	2,847.2	2,510.8	2,213.0
Household furnishings stores	571.4	775.6	667.1	618.2	511.2
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	16,102.2	16,310.7	18,351.2	19,848.3	14,866.1
Gasoline service stations	4,851.2	4,927.6	4,985.5	4,423.7	3,663.5
Automotive parts, accessories and services	3,238.0	4,148.3	3,802.0	3,963.9	3,024.2
General merchandise stores	6,038.7	9,791.5	7,397.1	7,124.0	5,676.9
Other semi-durable goods stores	1,611.5	2,516.1	2,232.7	2,200.0	1,544.0
Other durable goods stores	1,439.7	2,218.6	1,788.8	1,686.6	1,366.2
Other retail stores	2,626.8	3,629.0	3,373.7	3,155.4	2,463.1
<b>Total, all stores</b>	<b>59,137.9</b>	<b>71,323.6</b>	<b>67,432.1</b>	<b>67,104.3</b>	<b>54,830.7</b>
<b>Newfoundland</b>					
Supermarkets and grocery stores	257.4	276.3	284.9	281.2	254.7
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	58.5	68.0	58.6	59.2	56.6
Shoe stores	2.5	4.6	3.9	3.6	2.5
Men's clothing stores	2.0	7.6	3.6	3.7	2.7
Women's clothing stores	8.6	21.8	13.6	13.4	9.2
Other clothing stores	11.2	27.0	16.8	12.8	10.7
Household furniture and appliance stores	26.7	46.9	34.3	29.4	24.2
Household furnishings stores	1.6	2.6	2.4	1.9	1.5
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	245.0	214.2	280.9	323.7	205.7
Gasoline service stations	86.4	95.6	104.7	91.9	77.7
Automotive parts, accessories and services	44.6	68.0	54.2	57.1	41.0
General merchandise stores	114.0	221.9	151.3	136.7	110.3
Other semi-durable goods stores	14.2	29.9	23.4	22.5	14.4
Other durable goods stores	9.3	20.1	13.1	10.9	7.4
Other retail stores	31.7	47.2	40.6	36.4	30.7
<b>Total, all stores</b>	<b>924.1</b>	<b>1,165.0</b>	<b>1,100.0</b>	<b>1,098.1</b>	<b>859.8</b>

Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	
Per cent – Pourcentage					
<b>Canada</b>					
3.0	3.1	2.5	1.4	1.7	Supermarchés d'alimentation et épiceries
2.5	3.3	1.0	0.4	1.9	Tous les autres magasins d'alimentation
1.5	4.3	2.4	1.1	4.2	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
2.6	-1.3	-5.0	-3.2	-0.8	Magasins de chaussures
3.9	-1.3	-1.3	-4.6	-5.6	Magasins de vêtements pour hommes
4.2	4.6	1.0	0.8	2.0	Magasins de vêtements pour femmes
9.8	5.4	5.7	8.7	7.0	Autres magasins de vêtements
14.5	11.3	9.4	8.9	8.3	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
11.8	7.8	6.4	4.6	4.0	Magasins d'accessoires d'ameublement
8.3	9.9	10.5	2.7	8.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
32.4	23.5	15.9	7.1	-2.7	Stations-service
7.1	5.4	3.7	2.9	5.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
6.4	5.0	10.6	7.1	7.3	Magasins de marchandises diverses
4.4	0.3	5.6	4.0	4.3	Autres magasins de produits semi-durables
5.4	3.1	2.7	3.3	11.6	Autres magasins de produits durables
6.6	9.7	7.6	8.1	6.5	Autres magasins de vente au détail
<b>7.9</b>	<b>7.0</b>	<b>7.1</b>	<b>3.6</b>	<b>5.0</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Terre-Neuve</b>					
1.1	-1.0	1.7	1.5	0.8	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
3.4	2.7	6.0	2.4	-0.7	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-	-	5.4	-2.7	4.2	Magasins de chaussures
-25.9	-3.8	-14.3	-22.9	-3.6	Magasins de vêtements pour hommes
-6.5	1.9	2.3	6.3	7.0	Magasins de vêtements pour femmes
4.7	9.3	3.1	4.1	21.6	Autres magasins de vêtements
10.3	7.3	15.5	25.1	30.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
6.7	-7.1	9.1	-5.0	-	Magasins d'accessoires d'ameublement
19.1	20.1	16.2	11.5	17.4	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
11.2	4.5	6.9	3.1	-2.3	Stations-service
8.8	10.2	6.1	15.8	11.7	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
3.4	5.7	10.9	7.4	7.8	Magasins de marchandises diverses
-1.4	4.9	4.5	11.4	10.8	Autres magasins de produits semi-durables
25.7	14.9	8.3	14.7	13.8	Autres magasins de produits durables
3.3	9.0	4.6	0.8	7.7	Autres magasins de vente au détail
<b>7.5</b>	<b>6.6</b>	<b>8.2</b>	<b>7.0</b>	<b>7.1</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Prince Edward Island</b>					
Supermarkets and grocery stores	68.5	74.4	81.1	73.7	64.0
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	16.8	19.6	18.2	17.2	16.5
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	x	x	x	x	x
Other clothing stores	4.5	10.1	9.7	6.2	4.6
Household furniture and appliance stores	6.7	9.9	7.9	7.4	6.5
Household furnishings store	2.9	5.3	4.9	3.9	3.0
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	48.6	56.7	62.2	66.1	43.0
Gasoline service stations	30.8	34.1	42.0	31.2	23.1
Automotive parts, accessories and services	14.1	20.4	19.4	20.6	13.1
General merchandise stores	18.8	37.2	28.6	22.6	16.1
Other semi-durable goods stores	8.2	12.8	18.2	12.7	7.4
Other durable goods stores	3.5	7.3	6.9	5.0	3.0
Other retail stores	9.8	13.7	17.6	13.4	8.8
<b>Total, all stores</b>	<b>241.0</b>	<b>316.1</b>	<b>331.8</b>	<b>292.0</b>	<b>216.7</b>
<b>Nova Scotia</b>					
Supermarkets and grocery stores	488.5	516.5	515.3	496.2	464.7
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	127.2	147.7	131.5	126.1	125.1
Shoe stores	4.3	7.8	6.8	6.8	4.7
Men's clothing stores	3.3	8.4	4.7	4.8	3.5
Women's clothing stores	20.9	41.5	29.2	32.0	23.6
Other clothing stores	28.2	59.6	41.3	31.9	25.9
Household furniture and appliance stores	58.2	84.3	62.1	51.5	46.3
Household furnishings store	8.7	15.6	15.5	14.1	11.3
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	450.1	426.4	510.0	601.7	434.8
Gasoline service stations	168.8	191.9	202.3	181.5	135.6
Automotive parts, accessories and services	89.2	129.1	111.7	112.7	83.7
General merchandise stores	170.8	330.8	220.3	208.5	164.8
Other semi-durable goods stores	45.8	86.3	69.4	60.3	44.5
Other durable goods stores	33.8	60.8	44.8	38.9	31.2
Other retail stores	82.8	121.8	120.3	108.2	80.8
<b>Total, all stores</b>	<b>1,796.8</b>	<b>2,251.4</b>	<b>2,109.7</b>	<b>2,099.2</b>	<b>1,699.2</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	
Per cent – Pourcentage					
<b>Île-du-Prince-Édouard</b>					
7.0	14.6	14.5	16.1	11.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
1.8	-	-1.1	-2.8	-2.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour femmes
-2.2	4.1	10.2	21.6	17.9	Autres magasins de vêtements
3.1	12.5	23.4	19.4	16.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
-3.3	15.2	-	-2.5	25.0	Magasins d'accessoires d'ameublement
13.0	27.1	11.1	-5.7	1.2	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
33.3	25.8	21.0	5.8	-13.5	Stations-service
7.6	6.8	6.6	9.6	13.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
16.8	17.7	26.0	5.6	-4.2	Magasins de marchandises diverses
10.8	2.4	4.0	6.7	1.4	Autres magasins de produits semi-durables
16.7	19.7	25.5	28.2	15.4	Autres magasins de produits durables
11.4	1.5	8.6	10.7	6.0	Autres magasins de vente au détail
<b>11.2</b>	<b>14.4</b>	<b>12.9</b>	<b>6.2</b>	<b>4.0</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Nouvelle-Écosse</b>					
5.1	5.9	4.3	5.8	4.5	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
1.7	5.6	1.2	-0.2	-1.3	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-8.5	-	-1.4	-5.6	-	Magasins de chaussures
-5.7	3.7	6.8	-2.0	-5.4	Magasins de vêtements pour hommes
-11.4	-7.2	-9.9	10.3	18.0	Magasins de vêtements pour femmes
8.9	7.6	7.8	11.1	12.1	Autres magasins de vêtements
25.7	23.1	20.8	18.1	14.0	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
-23.0	2.6	50.5	60.2	44.9	Magasins d'accessoires d'ameublement
3.5	-1.1	3.0	0.0	3.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
24.5	27.6	23.1	24.1	3.4	Stations-service
6.6	3.8	1.5	-0.4	5.7	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
3.6	6.2	11.1	9.7	10.0	Magasins de marchandises diverses
2.9	9.2	0.9	-8.6	5.7	Autres magasins de produits semi-durables
8.3	5.9	5.7	2.4	17.7	Autres magasins de produits durables
2.5	7.8	6.7	9.2	6.5	Autres magasins de vente au détail
<b>5.7</b>	<b>6.3</b>	<b>6.4</b>	<b>5.2</b>	<b>5.3</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>New Brunswick</b>					
Supermarkets and grocery stores	393.8	428.7	423.3	396.3	358.9
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	86.3	97.4	85.2	82.8	78.6
Shoe stores	4.3	7.4	6.7	6.6	4.1
Men's clothing stores	4.4	10.4	6.2	5.9	4.8
Women's clothing stores	15.1	30.5	20.8	21.1	14.4
Other clothing stores	23.5	47.9	33.8	27.5	21.6
Household furniture and appliance stores	40.8	63.9	48.9	40.1	37.1
Household furnishings stores	11.0	17.7	14.5	12.3	9.3
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	380.3	383.8	483.9	560.5	363.2
Gasoline service stations	142.0	159.1	168.8	142.2	120.0
Automotive parts, accessories and services	79.3	113.8	96.9	97.4	66.8
General merchandise stores	138.5	262.3	179.3	167.4	129.3
Other semi-durable goods stores	38.2	57.6	51.7	50.3	37.4
Other durable goods stores	20.9	42.1	28.9	25.4	18.6
Other retail stores	53.4	78.0	79.5	68.0	49.7
<b>Total, all stores</b>	<b>1,440.6</b>	<b>1,813.2</b>	<b>1,745.4</b>	<b>1,721.9</b>	<b>1,327.1</b>
<b>Quebec</b>					
Supermarkets and grocery stores	3,372.3	3,599.9	3,664.8	3,615.4	3,352.8
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	702.4	749.3	680.8	676.1	673.2
Shoe stores	92.1	170.7	133.8	155.2	88.7
Men's clothing stores	55.2	111.0	71.3	86.7	61.1
Women's clothing stores	225.5	371.6	296.3	318.8	219.6
Other clothing stores	332.6	517.1	440.2	428.9	303.0
Household furniture and appliance stores	624.0	891.4	774.4	697.6	543.6
Household furnishings stores	98.1	139.7	123.1	124.3	93.7
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	3,784.8	3,726.0	4,480.8	5,077.2	3,597.2
Gasoline service stations	1,057.4	1,058.9	1,025.4	911.8	779.2
Automotive parts, accessories and services	778.6	1,042.6	926.7	1,011.4	726.0
General merchandise stores	1,188.0	1,818.5	1,429.4	1,446.9	1,121.3
Other semi-durable goods stores	308.9	444.9	448.8	460.4	299.9
Other durable goods stores	301.9	425.7	363.8	370.6	292.1
Other retail stores	398.2	592.9	503.0	519.1	377.3
<b>Total, all stores</b>	<b>13,634.4</b>	<b>16,007.3</b>	<b>15,687.5</b>	<b>16,238.2</b>	<b>12,833.2</b>

Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	
Per cent – Pourcentage					
<b>Nouveau-Brunswick</b>					
9.7	9.4	8.8	5.4	4.0	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
9.8	6.4	3.5	2.6	0.5	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
4.9	-	11.7	15.8	13.9	Magasins de chaussures
-8.3	-8.8	-1.6	-	11.6	Magasins de vêtements pour hommes
4.9	6.6	3.5	7.7	7.5	Magasins de vêtements pour femmes
8.8	8.4	3.4	7.4	10.8	Autres magasins de vêtements
10.0	10.0	15.9	4.4	13.8	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
18.3	21.2	12.4	5.1	10.7	Magasins d'accessoires d'ameublement
4.7	27.7	20.2	11.1	16.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
18.3	15.5	11.7	7.6	-5.0	Stations-service
18.7	5.0	-0.4	-5.0	-2.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
7.1	6.5	8.5	5.2	4.9	Magasins de marchandises diverses
2.1	2.7	8.6	6.8	36.0	Autres magasins de produits semi-durables
12.4	10.5	7.8	7.2	10.1	Autres magasins de produits durables
7.4	8.6	8.0	7.6	11.7	Autres magasins de vente au détail
<b>8.6</b>	<b>11.8</b>	<b>10.9</b>	<b>6.8</b>	<b>7.5</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Québec</b>					
0.6	2.7	4.8	5.6	4.7	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
4.3	2.6	-4.9	-7.4	-3.5	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
3.8	0.4	-5.4	-5.0	-2.0	Magasins de chaussures
-9.7	-8.2	-8.6	-7.6	1.0	Magasins de vêtements pour hommes
2.7	4.2	-3.7	-4.1	-4.3	Magasins de vêtements pour femmes
9.8	5.0	1.4	5.7	7.4	Autres magasins de vêtements
14.8	11.1	9.3	9.9	12.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
4.7	2.9	-2.1	-2.3	10.9	Magasins d'accessoires d'ameublement
5.2	5.7	12.7	8.6	16.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
35.7	28.7	20.9	13.6	2.1	Stations-service
7.2	6.6	6.5	3.1	-1.6	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
5.9	4.4	8.1	6.6	6.7	Magasins de marchandises diverses
3.0	-6.9	-6.4	-7.2	-8.3	Autres magasins de produits semi-durables
3.4	-0.4	3.1	7.6	22.1	Autres magasins de produits durables
5.5	15.4	12.8	9.5	14.6	Autres magasins de vente au détail
<b>6.2</b>	<b>5.7</b>	<b>7.1</b>	<b>5.5</b>	<b>7.1</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Ontario</b>					
Supermarkets and grocery stores	4,118.3	4,371.1	4,371.4	4,317.7	4,015.4
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	1,309.5	1,494.5	1,379.6	1,375.6	1,327.9
Shoe stores	119.5	173.5	151.1	170.5	119.8
Men's clothing stores	129.2	248.1	152.0	157.1	115.1
Women's clothing stores	359.6	590.7	438.6	460.3	336.9
Other clothing stores	521.1	895.0	651.5	586.6	472.2
Household furniture and appliance stores	955.8	1,283.3	1,043.6	905.5	802.2
Household furnishings stores	254.6	341.6	284.2	255.9	210.8
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	6,201.8	6,541.9	7,204.1	7,614.8	5,661.2
Gasoline service stations	1,902.4	1,878.4	1,821.4	1,641.2	1,382.1
Automotive parts, accessories and services	1,258.4	1,603.4	1,457.4	1,524.8	1,172.8
General merchandise stores	2,385.4	3,956.7	2,944.3	2,821.7	2,224.5
Other semi-durable goods stores	725.4	1,158.3	1,013.6	968.5	674.4
Other durable goods stores	571.1	918.9	716.0	672.1	531.8
Other retail stores	1,159.2	1,606.0	1,517.0	1,382.1	1,074.2
<b>Total, all stores</b>	<b>22,419.2</b>	<b>27,604.6</b>	<b>25,642.3</b>	<b>25,353.4</b>	<b>20,549.5</b>
<b>Manitoba</b>					
Supermarkets and grocery stores	527.8	559.0	546.1	532.0	489.5
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	72.5	80.9	70.4	68.9	69.8
Shoe stores	8.9	13.4	11.0	12.3	8.9
Men's clothing stores	7.9	17.1	10.4	11.4	7.9
Women's clothing stores	22.4	36.5	29.6	29.8	21.9
Other clothing stores	39.2	66.8	51.2	45.3	37.4
Household furniture and appliance stores	76.7	106.5	85.4	74.5	71.7
Household furnishings stores	15.1	18.0	16.7	15.2	11.8
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	592.0	618.6	676.6	701.1	598.5
Gasoline service stations	180.4	184.6	186.4	167.5	143.0
Automotive parts, accessories and services	95.7	123.0	111.8	124.0	100.5
General merchandise stores	235.1	379.8	284.8	279.0	223.6
Other semi-durable goods stores	42.4	75.3	55.2	54.8	42.2
Other durable goods stores	44.4	66.4	54.7	54.7	40.8
Other retail stores	78.5	111.4	102.0	95.1	72.5
<b>Total, all stores</b>	<b>2,056.1</b>	<b>2,478.7</b>	<b>2,308.9</b>	<b>2,281.5</b>	<b>1,954.4</b>



Tableau 3

**Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région**  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	
Per cent - Pourcentage					
<b>Ontario</b>					
2.6	2.1	0.5	-1.9	-0.8	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
-1.4	3.0	3.7	4.9	9.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-0.3	-3.1	-6.8	-2.0	1.4	Magasins de chaussures
12.3	3.2	2.0	-1.8	-4.8	Magasins de vêtements pour hommes
6.7	6.4	2.8	4.4	4.3	Magasins de vêtements pour femmes
10.4	8.2	12.3	17.2	8.7	Autres magasins de vêtements
19.1	14.5	11.3	10.5	6.6	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
20.8	11.1	8.5	8.3	0.4	Magasins d'accessoires d'ameublement
9.5	14.0	15.3	3.4	11.4	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
37.6	25.1	16.9	8.9	2.4	Stations-service
7.3	6.4	3.3	3.6	10.3	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
7.2	5.7	12.8	8.9	9.5	Magasins de marchandises diverses
7.6	3.4	13.9	10.6	9.0	Autres magasins de produits semi-durables
7.4	4.2	4.0	4.3	11.9	Autres magasins de produits durables
7.9	10.0	7.3	9.7	5.0	Autres magasins de vente au détail
<b>9.1</b>	<b>8.6</b>	<b>9.2</b>	<b>4.6</b>	<b>6.6</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Manitoba</b>					
7.8	4.2	2.1	-0.4	-1.4	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
3.9	6.3	1.4	1.6	3.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-	-13.5	-12.0	-3.9	-1.1	Magasins de chaussures
-	0.6	11.8	0.9	1.3	Magasins de vêtements pour hommes
2.3	6.1	8.8	8.8	9.0	Magasins de vêtements pour femmes
4.8	-0.7	6.0	4.4	4.2	Autres magasins de vêtements
7.0	3.2	6.5	4.2	4.2	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
28.0	24.1	26.5	19.7	11.3	Magasins d'accessoires d'ameublement
-1.1	-2.0	0.7	-6.1	5.3	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
26.2	27.8	19.3	10.3	7.7	Stations-service
-4.8	-0.1	-5.3	3.6	14.7	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
5.1	1.9	7.9	4.5	4.9	Magasins de marchandises diverses
0.5	0.9	13.3	9.4	7.7	Autres magasins de produits semi-durables
8.8	7.6	4.8	0.2	3.8	Autres magasins de produits durables
8.3	7.3	12.6	9.2	6.9	Autres magasins de vente au détail
<b>5.2</b>	<b>3.4</b>	<b>4.2</b>	<b>0.2</b>	<b>3.9</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Saskatchewan</b>					
Supermarkets and grocery stores	427.7	468.9	480.9	469.8	427.1
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	89.4	100.9	94.0	92.2	93.2
Shoe stores	5.1	6.3	5.4	6.2	4.6
Men's clothing stores	6.1	12.0	7.6	8.2	6.5
Women's clothing stores	20.4	31.2	24.3	25.9	19.0
Other clothing stores	33.7	58.3	44.6	39.3	31.1
Household furniture and appliance stores	61.5	89.0	61.6	57.5	55.3
Household furnishings stores	16.3	22.2	20.1	18.9	15.5
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	445.3	481.2	499.7	531.0	409.3
Gasoline service stations	162.1	174.3	181.0	153.5	127.2
Automotive parts, accessories and services	115.5	138.3	130.2	128.7	102.7
General merchandise stores	220.1	342.2	261.4	251.5	205.2
Other semi-durable goods stores	36.6	57.3	44.4	49.7	35.6
Other durable goods stores	39.4	66.2	47.8	46.1	35.3
Other retail stores	58.2	80.6	72.5	68.7	54.0
<b>Total, all stores</b>	<b>1,752.5</b>	<b>2,149.3</b>	<b>1,990.0</b>	<b>1,961.5</b>	<b>1,633.7</b>
<b>Alberta</b>					
Supermarkets and grocery stores	1,556.5	1,661.7	1,626.0	1,576.3	1,466.1
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	307.0	362.3	318.8	313.0	302.3
Shoe stores	27.8	37.6	33.6	33.7	25.6
Men's clothing stores	39.0	68.4	42.9	44.8	37.5
Women's clothing stores	89.1	131.3	104.9	103.2	84.3
Other clothing stores	153.6	243.9	202.0	166.2	142.5
Household furniture and appliance stores	334.1	461.2	356.0	308.5	290.1
Household furnishings store	66.7	85.3	74.2	69.8	61.0
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	1,934.7	2,032.9	2,066.4	2,131.0	1,703.6
Gasoline service stations	538.1	544.9	559.3	491.4	403.5
Automotive parts, accessories and services	348.3	437.7	425.7	431.9	330.3
General merchandise stores	699.8	1,109.8	841.6	793.6	654.1
Other semi-durable goods stores	169.0	266.0	210.5	213.1	161.2
Other durable goods stores	166.4	260.4	215.6	196.9	160.7
Other retail stores	367.2	466.5	437.4	418.2	343.0
<b>Total, all stores</b>	<b>6,835.5</b>	<b>8,220.2</b>	<b>7,559.9</b>	<b>7,336.1</b>	<b>6,207.6</b>

Tableau 3

**Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région**  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	
Per cent – Pourcentage					
<b>Saskatchewan</b>					
0.1	-0.9	-0.8	-1.7	-0.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
-4.1	-4.9	-4.4	-4.9	-3.8	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
10.9	-3.1	-6.9	-13.9	-14.8	Magasins de chaussures
-6.2	-7.7	-6.2	-9.9	-9.7	Magasins de vêtements pour hommes
7.4	2.0	0.8	4.9	-4.5	Magasins de vêtements pour femmes
8.4	4.7	6.7	3.7	11.5	Autres magasins de vêtements
11.2	9.1	3.5	8.3	2.6	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
5.2	7.8	3.1	2.2	-	Magasins d'accessoires d'ameublement
8.8	4.0	1.9	-2.2	-7.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
27.4	26.5	19.5	8.3	1.0	Stations-service
12.5	-0.9	-8.8	1.7	-0.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
7.3	5.0	8.5	5.5	5.0	Magasins de marchandises diverses
2.8	0.5	1.8	0.2	-6.1	Autres magasins de produits semi-durables
11.6	8.0	3.2	1.8	5.7	Autres magasins de produits durables
7.8	6.9	1.5	2.2	2.5	Autres magasins de vente au détail
<b>7.3</b>	<b>4.1</b>	<b>2.4</b>	<b>0.5</b>	<b>-1.7</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Alberta</b>					
6.2	4.3	3.0	2.6	5.2	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
1.6	7.0	10.6	6.4	5.7	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
8.6	1.3	-6.4	-8.4	-3.4	Magasins de chaussures
4.0	-5.4	-1.6	-8.6	-15.5	Magasins de vêtements pour hommes
5.7	3.5	0.6	1.0	10.2	Magasins de vêtements pour femmes
7.8	-1.5	-6.3	-7.9	-2.5	Autres magasins de vêtements
15.2	10.8	11.8	7.5	5.6	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
9.3	-0.4	-1.7	-5.3	-0.5	Magasins d'accessoires d'ameublement
13.6	14.7	7.2	-5.1	-0.2	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
33.4	25.1	15.4	4.5	-5.8	Stations-service
5.4	1.0	2.0	2.1	4.3	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
7.0	4.8	9.4	5.3	7.7	Magasins de marchandises diverses
4.8	4.8	6.2	6.3	9.4	Autres magasins de produits semi-durables
3.5	1.7	1.6	-1.8	4.5	Autres magasins de produits durables
7.1	7.2	6.3	8.7	11.0	Autres magasins de vente au détail
<b>10.1</b>	<b>7.9</b>	<b>6.0</b>	<b>0.6</b>	<b>3.0</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region**  
**(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>British Columbia</b>					
Supermarkets and grocery stores	1,847.0	1,996.1	1,987.4	1,913.6	1,790.4
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	437.9	518.5	435.1	422.0	416.6
Shoe stores	39.9	52.2	50.7	51.0	37.8
Men's clothing stores	36.3	66.5	41.4	41.0	33.5
Women's clothing stores	107.0	160.9	141.6	130.0	104.6
Other clothing stores	182.2	272.2	220.7	189.9	162.3
Household furniture and appliance stores	344.9	469.2	368.3	334.4	332.3
Household furnishings stores	95.4	126.0	110.5	101.2	92.8
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	1,984.6	1,799.6	2,047.2	2,199.6	1,816.6
Gasoline service stations	567.3	591.8	676.6	597.5	459.5
Automotive parts, accessories and services	404.3	458.5	453.3	441.2	377.5
General merchandise stores	813.5	1,267.2	995.8	936.5	776.1
Other semi-durable goods stores	217.4	320.1	289.9	301.0	221.9
Other durable goods stores	245.0	344.5	290.8	260.1	241.7
Other retail stores	378.5	499.5	471.7	435.4	362.9
<b>Total, all stores</b>	<b>7,836.4</b>	<b>9,092.8</b>	<b>8,721.3</b>	<b>8,496.2</b>	<b>7,361.8</b>
<b>Yukon, Northwest Territories and Nunavut</b>					
Supermarkets and grocery stores	49.3	54.1	56.0	53.7	46.9
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	x
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	0.9	1.4	1.2	1.2	0.9
Other clothing stores	x	x	x	x	x
Household furniture and appliance stores	4.1	5.7	4.6	4.3	3.8
Household furnishings stores	1.0	1.4	1.0	0.8	0.5
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	x	x	x	x	x
Gasoline service stations	x	x	x	x	x
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	x
General merchandise stores	54.7	65.0	60.3	59.8	51.7
Other semi-durable goods stores	5.4	7.7	7.7	6.9	4.9
Other durable goods stores	4.0	6.2	6.5	5.8	3.5
Other retail stores	9.2	11.4	12.3	10.6	9.2
<b>Total, all stores</b>	<b>201.4</b>	<b>224.9</b>	<b>235.3</b>	<b>225.9</b>	<b>187.7</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	
Per cent – Pourcentage					
<b>Colombie-Britannique</b>					
3.2	3.9	1.3	-1.1	-1.1	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
5.1	10.6	6.9	1.4	5.7	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
5.6	0.8	1.4	2.4	-2.1	Magasins de chaussures
8.4	2.2	-1.0	-4.4	-9.9	Magasins de vêtements pour hommes
2.3	3.9	6.3	-4.6	-1.2	Magasins de vêtements pour femmes
12.3	5.0	8.8	10.6	8.4	Autres magasins de vêtements
3.8	5.1	1.3	2.7	7.0	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
2.8	7.0	10.5	6.5	4.6	Magasins d'accessoires d'ameublement
9.2	4.0	-0.7	-2.1	1.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
23.5	11.8	6.0	-7.7	-22.1	Stations-service
7.1	7.1	8.4	1.6	3.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
4.8	3.8	10.0	4.4	3.6	Magasins de marchandises diverses
-2.0	-6.5	0.2	3.3	3.3	Autres magasins de produits semi-durables
1.4	2.2	-2.2	-0.9	6.1	Autres magasins de produits durables
4.3	6.8	5.2	3.0	-0.6	Autres magasins de vente au détail
<b>6.4</b>	<b>4.6</b>	<b>3.1</b>	<b>-0.3</b>	<b>-0.2</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Yukon, Territoires du Nord-Ouest et Nunavut</b>					
5.1	9.3	8.1	6.3	3.5	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
x	x	x	x	x	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
-	-6.7	-	-7.7	-	Magasins de vêtements pour femmes
x	x	x	x	x	Autres magasins de vêtements
7.9	11.8	2.2	13.2	-	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
100.0	75.0	11.1	-	-44.4	Magasins d'accessoires d'ameublement
x	x	x	x	x	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
x	x	x	x	x	Stations-service
x	x	x	x	x	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
5.8	7.4	7.7	14.1	5.7	Magasins de marchandises diverses
10.2	1.3	-2.5	-4.2	-	Autres magasins de produits semi-durables
14.3	-4.6	1.6	3.6	-2.8	Autres magasins de produits durables
-	10.7	1.7	-17.8	5.7	Autres magasins de vente au détail
<b>7.3</b>	<b>6.9</b>	<b>7.2</b>	<b>6.0</b>	<b>4.5</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region**  
**(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Yukon</b>					
Supermarkets and grocery stores	22.5	25.4	26.4	25.0	21.8
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	x
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	x	x	x	x	x
Other clothing stores	x	x	x	x	x
Household furniture and appliance stores	x	x	x	x	x
Household furnishings stores	x	x	x	x	x
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	x	x	x	x	x
Gasoline service stations	x	x	x	x	x
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	x
General merchandise stores	x	x	x	x	x
Other semi-durable goods stores	2.4	3.8	4.6	3.6	2.3
Other durable goods stores	x	x	x	x	x
Other retail stores	x	x	x	x	x
<b>Total, all stores</b>	<b>69.7</b>	<b>81.4</b>	<b>93.9</b>	<b>88.5</b>	<b>65.5</b>
<b>Northwest Territories</b>					
Supermarkets and grocery stores	19.9	21.1	22.2	20.6	18.5
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	x
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	x	x	x	x	x
Other clothing stores	x	x	x	x	x
Household furniture and appliance stores	x	x	x	x	x
Household furnishings stores	x	x	x	x	x
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	x	15.7	20.9	19.3	18.1
Gasoline service stations	x	6.1	5.4	4.3	6.0
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	x
General merchandise stores	x	x	x	x	x
Other semi-durable goods stores	x	x	x	x	x
Other durable goods stores	1.9	3.1	2.4	2.9	1.8
Other retail stores	x	x	x	x	x
<b>Total, all stores</b>	<b>90.2</b>	<b>97.2</b>	<b>97.5</b>	<b>92.7</b>	<b>83.5</b>

Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	
Per cent – Pourcentage					
					<b>Yukon</b>
3.2	5.4	-0.8	2.0	-0.5	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
x	x	x	x	x	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour femmes
x	x	x	x	x	Autres magasins de vêtements
x	x	x	x	x	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
x	x	x	x	x	Magasins d'accessoires d'ameublement
x	x	x	x	x	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
x	x	x	x	x	Stations-service
x	x	x	x	x	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
x	x	x	x	x	Magasins de marchandises diverses
4.3	-	2.2	5.9	-4.2	Autres magasins de produits semi-durables
x	x	x	x	x	Autres magasins de produits durables
x	x	x	x	x	Autres magasins de vente au détail
<b>6.4</b>	<b>5.4</b>	<b>4.8</b>	<b>8.2</b>	<b>3.8</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
					<b>Territoires du Nord-Ouest</b>
7.6					Supermarchés d'alimentation et épiceries
x					Tous les autres magasins d'alimentation
x					Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x					Magasins de chaussures
x					Magasins de vêtements pour hommes
x					Magasins de vêtements pour femmes
x					Autres magasins de vêtements
x					Magasins de meubles et d'appareils ménagers
x					Magasins d'accessoires d'ameublement
x					Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
x					Stations-service
x					Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
x					Magasins de marchandises diverses
x					Autres magasins de produits semi-durables
5.6					Autres magasins de produits durables
x					Autres magasins de vente au détail
<b>8.0</b>					<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Nunavut</b>					
Supermarkets and grocery stores	6.9	7.7	7.3	8.2	6.6
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	x
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	x	x	x	x	x
Other clothing stores	x	x	x	x	x
Household furniture and appliance stores	x	x	x	x	x
Household furnishings stores	x	x	x	x	x
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	x	x	x	x	x
Gasoline service stations	x	x	x	x	x
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	x
General merchandise stores	x	x	x	x	x
Other semi-durable goods stores	x	x	x	x	x
Other durable goods stores	x	x	x	x	x
Other retail stores	x	x	x	x	x
<b>Total, all stores</b>	<b>41.5</b>	<b>46.3</b>	<b>43.8</b>	<b>44.7</b>	<b>38.7</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	
Per cent – Pourcentage					
4.5					<b>Nunavut</b>
x					Supermarchés d'alimentation et épiceries
x					Tous les autres magasins d'alimentation
					Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x					Magasins de chaussures
x					Magasins de vêtements pour hommes
x					Magasins de vêtements pour femmes
x					Autres magasins de vêtements
x					Magasins de meubles et d'appareils ménagers
x					Magasins d'accessoires d'ameublement
x					Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
x					Stations-service
x					Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
x					Magasins de marchandises diverses
x					Autres magasins de produits semi-durables
x					Autres magasins de produits durables
x					Autres magasins de vente au détail
7.2					<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 4

**Retail Trade Sample Response Fraction and coefficient of Variation  
(Current Periods)**

	Response fraction Fraction de réponse			
	May 2000 Mai	April 2000 Avril	March 2000 Mars	February 2000 Février
	Per cent – Pourcentage			
<b>Trade Group - Canada</b>				
Supermarkets and grocery stores	92.2	95.2	95.4	95.4
All other food stores	84.5	88.3	89.6	91.0
Drugs and patent medicine stores	87.5	90.9	91.6	91.5
Shoe stores	87.6	94.0	95.5	88.6
Men's clothing stores	91.3	93.0	91.3	91.9
Women's clothing stores	90.7	92.5	94.6	95.2
Other clothing stores	88.3	95.1	94.9	95.9
Household furniture and appliance stores	91.8	91.4	91.6	93.2
Household furnishings stores	86.5	89.6	87.1	88.7
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	94.5	94.4	96.1	94.8
Gasoline service stations	91.7	93.1	93.9	92.6
Automotive parts, accessories and services	89.8	91.8	92.1	90.9
General merchandise stores	98.4	99.0	98.8	99.1
Other semi-durable goods stores	84.9	90.3	91.2	92.1
Other durable goods stores	86.1	91.3	92.3	90.0
Other retail stores	90.4	93.7	95.7	94.1
<b>Total, all stores</b>	<b>92.4</b>	<b>94.1</b>	<b>94.9</b>	<b>94.4</b>
<b>Regions</b>				
Newfoundland	92.5	97.4	96.1	96.1
Prince Edward Island	93.4	95.1	93.8	94.9
Nova Scotia	90.5	96.7	96.7	95.6
New Brunswick	92.2	94.2	93.9	93.8
Quebec	92.4	93.5	95.0	93.8
Ontario	92.7	94.3	94.7	94.7
Manitoba	91.6	93.5	94.1	94.0
Saskatchewan	92.1	94.0	94.2	93.6
Alberta	92.1	92.8	94.7	94.7
British Columbia	92.3	95.0	95.6	94.3
Yukon	88.7	91.3	93.4	88.2
Nunavut	84.6	97.1	99.4	98.7
Northwest Territories	92.4	95.6	96.2	94.6

Tableau 4

**Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation  
(périodes courantes)**

Coefficient of variation Coefficient de variation				
May 2000 Mai	April 2000 Avril	March 2000 Mars	February 2000 Février	
Per cent – Pourcentage				
<b>Groupe de commerce - Canada</b>				
1.7	1.7	1.6	1.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries
9.8	5.9	6.0	5.8	Tous les autres magasins d'alimentation
2.2	2.2	2.2	2.2	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
3.0	2.6	2.7	5.7	Magasins de chaussures
3.2	3.6	3.9	4.2	Magasins de vêtements pour hommes
3.1	3.6	4.3	3.5	Magasins de vêtements pour femmes
2.0	1.8	1.9	2.0	Autres magasins de vêtements
4.2	3.5	3.6	3.9	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
4.6	4.2	4.4	5.9	Magasins d'accessoires d'ameublement
3.9	4.2	3.8	3.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
2.9	2.8	2.8	2.8	Stations-service
2.6	2.8	2.9	3.0	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
1.4	0.9	1.0	1.0	Magasins de marchandises diverses
5.2	4.3	4.1	4.0	Autres magasins de produits semi-durables
3.8	3.5	3.6	3.7	Autres magasins de produits durables
3.5	2.4	2.2	2.4	Autres magasins de vente au détail
<b>1.4</b>	<b>1.3</b>	<b>1.3</b>	<b>1.1</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Régions</b>				
7.3	5.7	5.9	5.1	Terre-Neuve
2.0	1.8	2.0	1.9	Île-du-Prince-Édouard
4.1	4.9	4.6	4.9	Nouvelle-Écosse
4.4	4.0	3.7	3.6	Nouveau-Brunswick
3.6	3.5	3.4	3.1	Québec
2.5	2.5	2.3	2.1	Ontario
2.4	2.3	2.5	2.3	Manitoba
2.4	2.3	2.3	2.3	Saskatchewan
3.1	3.1	2.8	2.5	Alberta
1.9	1.8	1.8	1.8	Colombie-Britannique
0.3	0.6	0.9	0.6	Yukon
-	-	-	-	Nunavut
-	-	-	-	Territoires du Nord Ouest

Table 5

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Historical Estimates)**

	May 2000 Mai	April 2000 Avril	March 2000 Mars	February 2000 Février	January 2000 Janvier	December 1999 Décembre	November 1999 Novembre
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Trade Group - Canada</b>							
Supermarkets and grocery stores	4,641.8	4,717.8	4,641.4	4,606.1	4,496.2	4,663.7	4,574.5
All other food stores	388.4	379.3	376.8	373.6	370.5	374.4	371.1
Drugs and patent medicine stores	1,129.3	1,128.7	1,109.3	1,111.1	1,121.2	1,117.5	1,130.7
Shoe stores	132.6	129.7	143.8	137.4	137.7	136.5	128.0
Men's clothing stores	131.3	125.9	132.0	130.6	128.1	128.0	129.1
Women's clothing stores	378.9	371.3	391.1	377.2	385.5	380.3	383.0
Other clothing stores	586.8	595.7	592.4	579.0	586.0	562.3	557.7
Household furniture and appliance stores	1,018.0	1,023.8	1,012.0	987.5	998.5	970.9	945.6
Household furnishings stores	233.3	231.9	230.3	229.7	224.7	222.1	229.6
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,983.7	5,930.0	6,113.3	5,829.8	6,146.8	6,107.6	5,877.2
Gasoline service stations	1,770.0	1,763.7	1,809.5	1,780.7	1,667.4	1,690.9	1,629.2
Automotive parts, accessories and services	1,311.0	1,240.0	1,321.9	1,276.0	1,267.8	1,312.0	1,276.0
General merchandise stores	2,561.8	2,554.0	2,534.6	2,544.8	2,596.1	2,482.0	2,446.1
Other semi-durable goods stores	708.6	709.3	726.2	703.1	745.1	684.6	710.1
Other durable goods stores	600.1	586.7	605.9	612.6	606.8	596.1	588.4
Other retail stores	1,099.0	1,091.7	1,092.6	1,079.7	1,066.6	1,089.2	1,077.6
<b>Total, all stores</b>	<b>22,674.6</b>	<b>22,579.5</b>	<b>22,833.2</b>	<b>22,358.9</b>	<b>22,544.9</b>	<b>22,518.2</b>	<b>22,053.9</b>
<b>Regions</b>							
Newfoundland	371.6	373.5	372.4	362.0	364.9	360.0	358.9
Prince Edward Island	102.9	104.5	101.3	102.5	99.4	101.8	100.1
Nova Scotia	696.5	694.8	705.9	697.5	673.3	704.7	692.4
New Brunswick	574.8	573.3	590.0	559.4	566.7	570.9	561.2
Quebec	5,150.9	5,171.0	5,308.8	5,122.1	5,240.1	5,199.4	5,104.2
Ontario	8,754.3	8,611.5	8,698.2	8,523.1	8,606.3	8,548.3	8,425.8
Manitoba	777.3	770.0	781.4	776.6	769.9	778.0	755.5
Saskatchewan	672.5	664.9	678.3	665.9	666.4	673.5	657.7
Alberta	2,620.1	2,626.9	2,605.8	2,572.2	2,582.0	2,577.4	2,502.7
British Columbia	2,878.6	2,912.6	2,912.9	2,902.2	2,900.9	2,928.4	2,821.9
Yukon	28.9	29.3	29.1	28.5	27.9	28.5	27.5
Nunavut	15.3	15.2	15.7	14.7	14.9	14.5	14.8
Northwest Territories	31.0	32.1	33.6	32.2	32.3	32.8	31.2



Tableau 5

Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations historiques)

October 1999 Octobre	September 1999 Septembre	August 1999 Août	July 1999 Juillet	June 1999 Juin	May 1999 Mai	
Millions of dollars – Millions de dollars						
4,540.4	4,550.2	4,553.1	4,537.5	4,525.1	4,538.8	<b>Groupe de commerce - Canada</b>
367.3	366.7	365.1	362.3	363.4	367.0	Supermarchés d'alimentation et épiceries
1,116.3	1,117.4	1,114.1	1,115.3	1,105.1	1,100.4	Tous les autres magasins d'alimentation
						Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
137.4	129.4	133.0	136.7	129.1	140.1	Magasins de chaussures
131.3	126.3	132.9	128.5	123.2	127.0	Magasins de vêtements pour hommes
379.8	361.6	379.1	376.7	368.6	377.5	Magasins de vêtements pour femmes
567.1	552.9	559.6	571.4	551.8	560.9	Autres magasins de vêtements
976.4	940.9	934.1	935.7	946.4	913.0	Magasins de meubles et d'appareils ménagères
224.0	215.6	216.6	217.9	206.5	211.3	Magasins d'accessoires d'ameublement
5,657.4	6,069.5	6,009.9	5,858.6	5,688.1	5,455.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
1,610.0	1,584.0	1,569.0	1,515.4	1,468.0	1,459.0	Stations-service
1,249.4	1,259.3	1,251.6	1,222.1	1,236.8	1,237.2	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
2,580.2	2,578.9	2,582.6	2,544.4	2,490.4	2,496.0	Magasins de marchandises diverses
713.4	708.8	727.7	717.8	708.5	710.3	Autres magasins de produits semi-durables
594.0	588.3	587.5	580.9	577.5	583.4	Autres magasins de produits durables
1,067.4	1,057.6	1,041.7	1,050.6	1,049.9	1,072.2	Autres magasins de vente au détail
<b>21,911.9</b>	<b>22,207.3</b>	<b>22,157.5</b>	<b>21,871.9</b>	<b>21,538.6</b>	<b>21,349.1</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
						<b>Régions</b>
354.1	358.6	351.0	350.1	353.8	352.0	Terre-Neuve
99.5	100.8	98.2	98.4	97.4	94.1	Île-du-Prince-Édouard
688.2	688.7	685.2	677.2	691.9	678.3	Nouvelle-Écosse
555.3	560.1	568.0	555.1	544.5	551.9	Nouveau-Brunswick
5,057.5	5,124.3	5,097.8	5,067.8	5,010.6	5,013.4	Québec
8,392.3	8,458.5	8,572.7	8,375.7	8,202.6	8,122.9	Ontario
738.3	775.7	769.1	746.5	737.4	729.4	Manitoba
631.7	657.0	659.0	648.9	639.9	635.9	Saskatchewan
2,497.2	2,556.9	2,483.1	2,460.5	2,401.8	2,345.6	Alberta
2,825.2	2,852.4	2,800.1	2,819.0	2,786.2	2,754.1	Colombie-Britannique
26.4	28.1	27.4	27.5	27.7	27.5	Yukon
14.5	14.8	14.4	14.3	14.6	14.2	Nunavut
31.8	31.5	31.5	31.1	30.2	29.8	Territoires du Nord Ouest

Table 6

**Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Historical Estimates)**

	May 2000 Mai	April 2000 Avril	March 2000 Mars	February 2000 Février	January 2000 Janvier	December 1999 Décembre	November 1999 Novembre
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Trade Group - Canada</b>							
Supermarkets and grocery stores	4,674.4	4,658.9	4,611.8	4,181.9	4,313.4	5,077.3	4,305.8
All other food stores	401.4	379.4	354.8	332.6	321.0	473.0	348.4
Drugs and patent medicine stores	1,128.9	1,078.7	1,101.3	1,043.4	1,070.6	1,415.9	1,116.4
Shoe stores	154.4	129.8	116.6	83.3	105.5	178.1	140.1
Men's clothing stores	127.2	110.8	102.1	83.9	98.7	261.0	156.1
Women's clothing stores	405.0	355.9	331.8	264.1	276.1	612.4	410.9
Other clothing stores	551.6	532.8	513.3	394.2	424.8	969.1	618.0
Household furniture and appliance stores	928.0	901.7	912.5	791.8	828.9	1,454.4	1,045.9
Household furnishings stores	236.3	207.5	214.4	185.6	171.3	281.9	260.7
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	7,563.8	6,370.7	6,599.5	4,854.5	4,648.2	5,371.1	5,510.5
Gasoline service stations	1,836.0	1,640.3	1,746.2	1,579.4	1,525.5	1,698.2	1,581.1
Automotive parts, accessories and services	1,494.2	1,195.0	1,201.7	985.7	1,050.7	1,461.4	1,427.9
General merchandise stores	2,525.4	2,361.0	2,223.6	1,886.2	1,929.0	4,147.0	2,961.3
Other semi-durable goods stores	812.3	632.7	570.0	503.7	537.8	1,064.1	762.6
Other durable goods stores	594.7	526.0	498.1	455.8	485.8	1,127.6	557.0
Other retail stores	1,115.5	1,000.0	977.7	837.9	811.2	1,558.8	1,006.1
<b>Total, all stores</b>	<b>24,549.3</b>	<b>22,081.1</b>	<b>22,075.5</b>	<b>18,463.9</b>	<b>18,598.5</b>	<b>27,151.3</b>	<b>22,208.9</b>
<b>Regions</b>							
Newfoundland	404.2	358.8	357.7	285.5	280.8	435.7	376.5
Prince Edward Island	109.3	94.6	87.6	78.0	75.4	121.2	97.7
Nova Scotia	735.8	670.8	666.9	577.2	552.7	857.9	708.8
New Brunswick	632.2	555.7	552.7	444.5	443.4	683.1	569.5
Quebec	5,802.5	5,268.4	5,199.3	4,184.5	4,250.7	5,883.1	5,042.7
Ontario	9,454.2	8,283.3	8,350.0	7,013.7	7,055.5	10,609.3	8,627.0
Manitoba	819.0	749.4	765.7	648.6	641.8	963.3	760.2
Saskatchewan	704.1	643.0	639.4	548.6	564.5	819.7	667.2
Alberta	2,800.8	2,548.9	2,531.7	2,124.4	2,179.4	3,167.7	2,533.8
British Columbia	3,007.2	2,833.7	2,847.3	2,496.7	2,492.4	3,524.4	2,757.6
Yukon	32.5	27.0	26.9	21.2	21.6	31.3	25.0
Nunavut	15.9	15.7	15.5	13.1	13.0	17.3	14.2
Northwest Territories	31.7	31.8	34.9	28.0	27.3	37.4	28.5

Tableau 6

**Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations historiques)**

October 1999 Octobre	September 1999 Septembre	August 1999 Août	July 1999 Juillet	June 1999 Juin	May 1999 Mai	Year 2000 Année	
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Groupe de commerce - Canada</b>							
4,623.8	4,540.9	4,498.3	4,997.8	4,564.5	4,650.5	22,440.4	Supermarchés d'alimentation et épiceries
366.3	357.2	358.5	385.9	379.3	381.6	1,789.2	Tous les autres magasins d'alimentation
1,115.3	1,090.7	1,089.9	1,099.1	1,086.1	1,076.9	5,422.9	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
157.1	139.3	135.6	130.1	140.4	164.8	589.6	Magasins de chaussures
136.4	118.6	109.5	115.0	125.3	125.7	522.7	Magasins de vêtements pour hommes
399.7	374.1	359.2	372.0	372.9	404.4	1,632.9	Magasins de vêtements pour femmes
614.1	585.0	604.5	525.5	502.9	535.4	2,416.7	Autres magasins de vêtements
1,010.8	959.8	942.8	944.5	904.3	829.3	4,362.9	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
233.0	219.6	221.8	225.7	218.1	206.4	1,015.1	Magasins d'accessoires d'ameublement
5,429.0	6,164.6	5,979.2	6,207.4	6,889.7	6,476.7	30,036.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
1,648.3	1,622.5	1,702.0	1,661.0	1,521.1	1,503.1	8,327.4	Stations-service
1,259.0	1,245.6	1,231.1	1,325.3	1,379.0	1,356.2	5,927.3	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
2,683.1	2,499.0	2,480.5	2,417.6	2,393.5	2,456.9	10,925.2	Magasins de marchandises diverses
689.4	720.2	755.3	757.3	762.1	806.7	3,056.5	Autres magasins de produits semi-durables
534.0	573.5	613.5	601.7	565.2	584.9	2,560.4	Autres magasins de produits durables
1,064.1	1,050.7	1,086.8	1,236.3	1,088.4	1,099.8	4,742.3	Autres magasins de vente au détail
<b>21,963.3</b>	<b>22,261.4</b>	<b>22,168.4</b>	<b>23,002.3</b>	<b>22,892.8</b>	<b>22,659.2</b>	<b>105,768.3</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Régions</b>							
352.8	354.6	363.2	382.2	379.7	376.8	1,687.0	Terre-Neuve
97.2	101.7	111.1	119.0	108.3	98.9	444.9	Île-du-Prince-Édouard
684.8	680.5	700.8	728.3	732.5	708.4	3,203.4	Nouvelle-Écosse
560.7	559.5	583.9	602.0	591.5	591.3	2,628.5	Nouveau-Brunswick
5,081.5	5,158.3	5,122.0	5,407.2	5,384.6	5,542.8	24,705.4	Québec
8,368.3	8,521.3	8,427.0	8,694.1	8,785.4	8,539.8	40,156.7	Ontario
755.2	775.1	762.7	771.1	771.7	760.8	3,624.5	Manitoba
662.4	651.3	661.6	677.1	673.5	654.6	3,099.6	Saskatchewan
2,518.7	2,531.9	2,487.5	2,540.6	2,507.9	2,467.2	12,185.2	Alberta
2,810.8	2,852.2	2,871.4	2,997.8	2,876.9	2,843.0	13,677.3	Colombie-Britannique
25.1	29.0	31.0	33.8	32.5	30.0	129.2	Yukon
14.8	14.3	14.9	14.7	14.2	15.0	73.2	Nunavut
31.2	31.7	31.3	34.5	34.1	30.8	153.7	Territoires du Nord Ouest

Table 7

**Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region  
(Current Periods)**

	Sales Ventes				
	May 2000 Mai	April 2000 Avril	March 2000 Mars	February 2000 Février	Year-to-date 2000 Cumulatif
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Regions</b>					
Newfoundland	104.0	99.8	92.4	77.8	452.3
Prince Edward Island	28.9	26.4	24.1	21.2	120.7
Nova Scotia	201.2	193.0	185.8	160.5	895.4
New Brunswick	160.1	147.2	141.4	120.6	690.4
Quebec	1,700.9	1,541.3	1,425.1	1,199.7	7,171.0
Ontario	3,029.5	2,702.5	2,634.0	2,303.4	13,063.1
Manitoba	227.4	213.7	209.5	177.2	1,005.7
Saskatchewan	210.0	194.3	187.3	167.6	932.9
Alberta	807.7	768.1	747.7	645.1	3,628.1
British Columbia	962.8	920.8	905.8	793.3	4,402.9
Yukon	6.6	5.8	6.2	4.8	28.2
Nunavut	12.7	12.5	12.5	10.5	58.7
Northwest Territories	12.2	11.6	12.0	10.3	55.7
<b>Total</b>	<b>7,464.0</b>	<b>6,836.9</b>	<b>6,583.8</b>	<b>5,692.0</b>	<b>32,505.2</b>

Table 8

**Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region  
(Historical Estimates)**

	May 2000 Mai	April 2000 Avril	March 2000 Mars	February 2000 Février	January 2000 Janvier	December 1999 Décembre	November 1999 Novembre
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Regions</b>							
Newfoundland	104.0	99.8	92.4	77.8	78.3	182.8	147.7
Prince Edward Island	28.9	26.4	24.1	21.2	20.1	48.5	33.6
Nova Scotia	201.2	193.0	185.8	160.5	154.9	360.3	261.2
New Brunswick	160.1	147.2	141.4	120.6	121.1	267.6	198.6
Quebec	1,700.9	1,541.3	1,425.1	1,199.7	1,304.0	2,305.6	1,665.7
Ontario	3,029.5	2,702.5	2,634.0	2,303.4	2,393.7	4,712.8	3,283.3
Manitoba	227.4	213.7	209.5	177.2	177.9	374.1	250.8
Saskatchewan	210.0	194.3	187.3	167.6	173.7	332.9	232.5
Alberta	807.7	768.1	747.7	645.1	659.5	1,317.2	888.1
British Columbia	962.8	920.8	905.8	793.3	820.2	1,569.5	1,037.5
Yukon	6.6	5.8	6.2	4.8	4.8	9.3	6.4
Nunavut	12.7	12.5	12.5	10.5	10.5	14.1	11.6
Northwest Territories	12.2	11.6	12.0	10.3	9.6	16.8	12.0
<b>Total</b>	<b>7,464.0</b>	<b>6,836.9</b>	<b>6,583.8</b>	<b>5,692.0</b>	<b>5,928.5</b>	<b>11,511.5</b>	<b>8,029.1</b>



Tableau 7

**Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région  
(périodes courantes)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					
May 2000 Mai	April 2000 Avril	March 2000 Mars	February 2000 Février	Year-to-date 2000 Cumulatif	
Per cent – Pourcentage					
					<b>Régions</b>
2.0	8.8	2.9	3.6	4.4	Terre-Neuve
2.8	15.8	6.6	11.0	7.7	Île-du-Prince-Édouard
1.1	8.3	3.6	9.3	4.4	Nouvelle-Écosse
6.2	6.0	8.0	9.5	7.1	Nouveau-Brunswick
1.4	2.0	8.0	7.4	4.1	Québec
4.8	3.1	7.2	8.1	6.0	Ontario
4.4	1.3	4.2	7.7	4.3	Manitoba
5.2	1.0	4.0	8.0	4.4	Saskatchewan
6.1	7.6	6.4	7.9	6.9	Alberta
2.9	2.4	3.4	6.8	3.5	Colombie-Britannique
13.8	9.4	19.2	17.1	15.1	Yukon
4.1	4.2	9.6	11.7	6.9	Nunavut
3.4	-	5.3	6.2	3.1	Territoires du Nord Ouest
<b>3.8</b>	<b>3.5</b>	<b>6.4</b>	<b>7.8</b>	<b>5.2</b>	<b>Total</b>

Tableau 8

**Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région  
(estimations historiques)**

October 1999 Octobre	September 1999 Septembre	August 1999 Août	July 1999 Juillet	June 1999 Juin	May 1999 Mai	Year 2000 Année	
Millions of dollars – Millions de dollars							
							<b>Régions</b>
119.9	110.3	107.1	103.7	100.4	102.0	452.3	Terre-Neuve
29.8	31.0	36.4	35.9	30.8	28.1	120.7	Île-du-Prince-Édouard
221.3	206.1	215.9	203.6	197.5	199.0	895.4	Nouvelle-Écosse
171.0	158.4	162.8	154.7	149.7	150.7	690.4	Nouveau-Brunswick
1,668.5	1,569.3	1,580.8	1,611.8	1,576.3	1,677.6	7,171.0	Québec
3,064.5	2,956.4	2,944.4	2,873.6	2,863.6	2,890.2	13,063.1	Ontario
235.9	222.1	227.4	219.9	217.2	217.8	1,005.7	Manitoba
220.1	200.6	208.4	202.2	203.5	199.6	932.9	Saskatchewan
820.9	800.8	819.1	780.3	767.8	761.0	3,628.1	Alberta
990.4	994.7	978.7	971.3	932.8	935.6	4,402.9	Colombie-Britannique
6.1	6.7	7.6	7.5	7.0	5.8	28.2	Yukon
12.0	11.7	12.2	11.9	11.4	12.2	58.7	Nunavut
12.5	12.0	11.6	12.0	12.9	11.8	55.7	Territoires du Nord Ouest
<b>7,572.8</b>	<b>7,280.0</b>	<b>7,312.5</b>	<b>7,188.6</b>	<b>7,070.9</b>	<b>7,191.4</b>	<b>32,505.2</b>	<b>Total</b>

Table 9

## Retail Sales, Canada, Current and Constant (1992) Dollar Estimates

	Unadjusted Non désaisonnalisé				
	Price Index	Current Dollars	Year to year per cent change Variation en pourcentage pour l'année	Constant 1992 dollars Dollars constants 1992	Year to year per cent change Variation en pourcentage pour l'année
	Indice des prix	Dollars courants			
		Millions \$	%	Millions \$	%
<b>1998</b>					
January	106.6	16,421.0	9.1	15,404.2	6.5
February	107.5	15,599.6	3.0	14,514.9	0.2
March	108.1	17,641.8	3.2	16,315.6	0.7
April	108.4	19,778.3	10.8	18,244.1	8.4
May	108.3	21,677.5	9.1	20,025.4	7.2
June	108.0	20,641.5	6.8	19,112.2	5.0
July	107.4	20,700.9	10.5	19,278.6	8.5
August	107.2	20,192.0	5.5	18,838.5	3.4
September	107.2	19,662.7	10.1	18,335.8	8.1
October	107.6	20,617.1	8.7	19,159.0	7.0
November	107.3	20,165.0	2.3	18,801.5	1.3
December	106.3	24,499.4	10.7	23,038.1	9.3
<b>Year</b>	<b>107.5</b>	<b>237,596.8</b>	<b>7.5</b>	<b>221,067.9</b>	<b>5.5</b>
<b>1999</b>					
January	107.2	17,192.2	4.7	16,031.5	4.1
February	107.3	16,242.1	4.1	15,132.1	4.3
March	108.2	18,704.7	6.0	17,282.2	5.9
April	108.3	20,769.4	5.0	19,171.1	5.1
May	108.6	22,296.1	2.9	20,523.0	2.5
June	108.6	21,603.0	4.7	19,890.4	4.1
July	107.5	21,650.8	4.6	20,143.5	4.5
August	107.0	20,562.2	1.8	19,216.2	2.0
September	107.3	20,617.3	4.9	19,208.4	4.8
October	107.2	21,033.7	2.0	19,629.5	2.5
November	107.3	20,673.5	2.5	19,274.8	2.5
December	105.8	24,816.3	1.3	23,462.9	1.8
<b>Year</b>	<b>107.5</b>	<b>246,161.3</b>	<b>3.7</b>	<b>228,965.6</b>	<b>3.7</b>
<b>2000</b>					
January	107.5	17,661.2	2.7	16,426.9	2.5
February	107.8	16,900.1	4.1	15,684.4	3.6
March	109.5	20,145.7	7.7	18,406.2	6.5
April	109.9	21,480.5	3.4	19,549.5	2.0
May	109.8	22,639.3	1.5	20,610.3	0.4
June					
July					
August					
September					
October					
November					
December					
<b>Year</b>					

1. Seasonally adjusted constant (1992) dollar estimates are derived by deflating, with an implicit price index, the seasonally adjusted current dollar estimate.

Tableau 9

## Commerce de détail, Canada, estimations en dollars courants et constants (1992)

Price Index Indice des prix	Current Dollars Dollars courants	Seasonally adjusted Désaisonnalisé		Constant 1992 dollars <sup>1</sup> Dollars constants 1992 <sup>1</sup>	Month to month per cent change Variation en pourcentage pour le mois	
		Month to month per cent change Variation en pourcentage pour le mois				
	Millions \$	%	Millions \$	%		
						<b>1998</b>
106.8	19,179.4	0.7	17,961.6	0.9		Janvier
107.1	19,428.5	1.3	18,135.1	1.0		Février
107.1	19,413.3	--	18,128.0	--		Mars
107.4	19,456.3	0.2	18,115.2	--		Avril
107.3	19,633.4	0.9	18,302.7	1.0		Mai
107.4	19,719.2	0.4	18,363.1	0.3		Juin
107.4	19,920.7	1.0	18,547.1	1.0		Juillet
107.7	19,802.0	-0.6	18,379.0	-0.9		Août
107.8	20,009.0	1.0	18,561.4	1.0		Septembre
108.1	20,126.6	0.6	18,610.5	0.3		Octobre
107.8	20,062.9	-0.3	18,617.4	--		Novembre
108.4	20,845.4	3.9	19,234.0	3.3		Décembre
<b>107.5</b>	<b>237,596.7</b>	<b>...</b>	<b>220,955.1</b>	<b>...</b>		<b>Année</b>
						<b>1999</b>
107.2	20,051.6	-3.8	18,702.2	-2.8		Janvier
107.0	20,243.3	1.0	18,921.9	1.2		Février
107.1	20,340.8	0.5	18,989.6	0.4		Mars
107.3	20,650.3	1.5	19,242.3	1.3		Avril
107.6	20,619.8	-0.1	19,155.0	-0.5		Mai
107.8	20,333.0	-1.4	18,855.6	-1.6		Juin
107.5	20,611.1	1.4	19,174.5	1.7		Juillet
107.5	20,616.1	--	19,177.2	--		Août
107.9	20,769.5	0.7	19,249.6	0.4		Septembre
107.5	20,511.1	-1.2	19,078.3	-0.9		Octobre
107.7	20,734.9	1.1	19,260.4	1.0		Novembre
107.6	20,702.5	-0.2	19,248.0	--		Décembre
<b>107.5</b>	<b>246,184.0</b>	<b>...</b>	<b>229,054.6</b>	<b>...</b>		<b>Année</b>
						<b>2000</b>
107.5	21,125.0	2.0	19,644.8	2.1		Janvier
107.5	21,065.0	-0.3	19,600.4	-0.2		Février
108.1	21,288.2	1.1	19,685.6	0.4		Mars
108.8	21,237.1	-0.2	19,516.4	-0.9		Avril
109.0	21,319.1	0.4	19,565.4	0.3		Mai
						Juin
						Juillet
						Août
						Septembre
						Octobre
						Novembre
						Décembre
						<b>Année</b>

1. La désaisonnalisation des estimations en dollars constants (1992) s'obtient en dégonflant avec un indice implicite, les données désaisonnalisées en dollars courants.





## APPENDIX I

## Definitions

**Retail Trade**, for the purpose of this publication, is defined as "the aggregate sales made through retail locations (outlets)".

A **retail location**, as defined by Statistics Canada, is a "business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public, for household or personal consumption". Retail trade estimates do **not** include any form of direct selling which bypasses the retail store, e.g., direct door-to-door selling; sales made through automatic vending machines; sales of newspapers or magazines sold directly by printers or publishers; and sales made by book and record clubs. The only exception is the mail-order and catalogue sales activities of department store businesses which have been classified to the "general merchandise store" category. In addition, retail trade excludes retail sales through ancillary units, (e.g., warehouses, head offices, etc.), sales of contractors whose major activity is not retailing; and retail transactions between individuals.

**Total net sales** include sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, food serving and other service activities, less returns, adjustments and discounts. Total net sales also include trade-in allowances, commissions earned from sales of goods owned by others (including commissions received for lottery ticket sales) and proprietor's withdrawals of goods for personal use (at retail). Non-operating revenues, bad debts recovered and sales taxes (provincial sales taxes, the Goods and Services Tax (GST) and the Harmonized Sales Tax (HST)) collected for remittance to a government agency are excluded. Prior to January 1991, sales data included the Federal Sales Tax (FST). Due to this change in indirect taxes, data prior to 1991 are not strictly comparable with those of subsequent years. For users interested in deriving comparable data, an estimate of the amount of FST included in retail sales for 1990 is available for Canada from the Retail Trade Section. The reliability of this estimate does not permit adjustments at the provincial level.

**Department store type merchandise (DSTM)** is defined as total retail trade minus the following trade groups: super-markets and grocery stores; all other food stores; recreational and motor vehicle dealers; gasoline service stations; automotive parts, accessories and services; and all other retail stores (includes liquor, wine and beer stores and retail stores, n.e.c.).

## ANNEXE I

## Définitions

**Commerce de détail** signifie, pour les besoins de la présente publication, « l'ensemble des ventes effectuées par des points de vente au détail ».

Un **point de vente au détail**, suivant la définition de Statistique Canada, est un « local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et de services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle ». Les estimations relatives au commerce de détail **ne prennent pas** en compte les ventes directes, c'est-à-dire les ventes qui ne sont pas effectuées par l'intermédiaire d'un point de vente au détail, par exemple les ventes directes par démarchage, les ventes par distributeur automatique, les ventes de journaux ou de revues effectuées directement par les imprimeurs et les éditeurs, et les ventes effectuées par les clubs de livres et les clubs de disques. Il n'y a qu'une exception: les ventes des grands magasins effectuées par la poste ou par catalogue, qui sont classées dans la catégorie des « magasins de marchandises diverses ». En outre, le commerce de détail ne comprend pas les ventes au détail des unités auxiliaires (par exemple, entrepôts, sièges sociaux, etc.), ni les ventes des entrepreneurs dont l'activité principale ne relève pas du commerce de détail, ni les opérations de vente au détail entre particuliers.

**Les ventes nettes totales** comprennent les ventes de marchandises neuves et d'occasion et les recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres activités de services, **moins** la valeur des rendus (marchandises retournées), les ajustements et les rabais. Les ventes totales nettes comprennent également la valeur des reprises, les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui (y compris les commissions touchées pour la vente de billets de loterie) et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel. On ne prend pas en compte les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente (les taxes de vente provinciale, la taxe sur les produits et les services (TPS) et la taxe de vente harmonisée (TVH)) perçues pour le compte d'un organisme public. Les données sur les ventes antérieures à janvier 1991 incluent la taxe de vente fédérale (TVF). Du à ce changement dans les taxes indirectes, les données avant 1991 ne sont pas tout à fait comparables avec celles des années subséquentes. Pour les utilisateurs intéressés à calculer des données comparables, une estimation du montant de la TVF inclus dans les ventes au détail pour 1990 est disponible pour le Canada auprès de la Section du commerce de détail. Cette estimation n'est pas suffisamment fiable pour permettre des ajustements au niveau provincial.

**Les marchandises du genre de celles vendues dans les grands magasins (MGGM)** correspondent au total du commerce de détail moins les groupes de commerce suivants: les supermarchés d'alimentation et les épiceries; tous les autres magasins d'alimentation; les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs; les stations-service; les magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services; et les autres magasins de vente au détail (comprend les magasins de spiritueux, de vin et de bière et les magasins de vente au détail, n.e.c.).

## APPENDIX II

## Trade Group Coverage

**010 Supermarkets and Grocery Stores**

- 6011 Supermarkets
- 6012 Grocery stores(except supermarkets)

**020 All Other Food Stores**

- 6013 Bakery products stores
- 6014 Candy and nut stores
- 6015 Fruit and vegetable stores
- 6016 Meat markets
- 6019 Other specialty food stores, n.e.c.

**030 Drugs and Patent Medicine Stores**

- 6031 Pharmacies
- 6032 Patent medicine and toiletries stores

**040 Shoe Stores**

- 6111 Shoe stores

**050 Men's Clothing Stores**

- 6121 Men's clothing stores

**060 Women's Clothing Stores**

- 6131 Women's clothing stores

**070 Other Clothing Stores**

- 6141 Children's clothing stores
- 6142 Fur goods stores
- 6149 Other clothing stores, n.e.c.
- 6151 Fabric and yarn stores

**080 Household Furniture and Appliance Stores**

- 6211 Household furniture stores (with appliances and furnishings)
- 6212 Household furniture stores (without appliances and furnishings)
- 6213 Furniture refinishing and repair shops
- 6221 Appliance, television, radio and stereo stores
- 6222 Television, radio and stereo stores
- 6223 Appliance, television, radio and stereo repair shops

**090 Household Furnishings Stores**

- 6231 Floor covering stores
- 6232 Drapery stores
- 6239 Other household furnishings stores

## ANNEXE II

## Couverture des groupes de commerce

**010 Supermarchés d'alimentation et épiceries**

- 6011 Supermarchés d'alimentation
- 6012 Épiceries (sauf les supermarchés)

**020 Tous les autres magasins d'alimentation**

- 6013 Boulangeries-pâtisseries
- 6014 Confiseries et magasins de noix
- 6015 Magasins de fruits et légumes
- 6016 Marchés de viande
- 6019 Autres magasins d'alimentation spécialisés, n.c.a.

**030 Pharmacies et magasins de médicaments brevetés**

- 6031 Pharmacies
- 6032 Magasins de médicaments brevetés et de produits de toilette

**040 Magasins de chaussures**

- 6111 Magasins de chaussures

**050 Magasins de vêtements pour hommes**

- 6121 Magasins de vêtements pour hommes

**060 Magasins de vêtements pour dames**

- 6131 Magasins de vêtements pour dames

**070 Autres magasins de vêtements**

- 6141 Magasins de vêtements pour enfants
- 6142 Magasins de fourrures
- 6149 Autres magasins de vêtements, n.c.a.
- 6151 Magasins de tissus et de filés

**080 Magasins de meubles et d'appareils ménagers**

- 6211 Magasins de meubles de maison (avec appareils ménagers et accessoires d'ameublement)
- 6212 Magasins de meubles de maison (sans appareils ménagers ni accessoires d'ameublement)
- 6213 Ateliers de réparation de meubles
- 6221 Magasins d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
- 6222 Magasins de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
- 6223 Ateliers de réparation d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques

**090 Magasins d'accessoires d'ameublement**

- 6231 Magasins de revêtements de sol
- 6232 Magasins de tentures
- 6239 Autres magasins d'accessoires d'ameublement

**100 Motor and Recreational Vehicle Dealers**

6311	Automobile (new) dealers
6312	Automobile (used) dealers
6321	Motor home and travel trailer dealers
6322	Boats, outboard motors and boating accessories dealers
6323	Motorcycle and snowmobile dealers
6329	Other recreational vehicle dealers

**110 Gasoline Service Stations**

6331	Gasoline service stations
------	---------------------------

**120 Automotive Parts, Accessories and Services**

6341	Home and auto supply stores
6342	Tire, battery, parts and accessories stores
6351	Garages (general repairs)
6352	Paint and body repair shops
6353	Muffler replacement shops
6354	Motor vehicle glass replacement shops
6355	Motor vehicle transmission repair and replacement shops
6359	Other motor vehicle repair shops
6391	Car washes
6399	Other motor vehicle services, n.e.c.

**130 General Merchandise Stores**

6411	Department stores
6412	General stores
6413	Other general merchandise stores (variety and general merchandise stores)

**140 Other Semi-Durable Goods Stores**

6511	Book and stationery stores
6521	Florist shops
6522	Lawn and garden centres
6531	Hardware stores
6532	Paint, glass and wallpaper stores
6581	Toy and hobby stores
6582	Gift, novelty and souvenir stores

**150 Other Durable Goods Stores**

6541	Sporting goods stores
6542	Bicycle shops
6551	Musical instrument stores
6552	Record and tape stores
6561	Jewellery stores
6562	Watch and jewellery repair shops
6571	Camera and photographic supply stores

**100 Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs**

6311	Concessionnaires d'automobiles neuves
6312	Concessionnaires d'automobiles d'occasion
6321	Marchands de roulottes motorisées et de roulottes de voyage
6322	Marchands de bateaux, de moteurs hors-bord et d'accessoires pour bateaux
6323	Marchands de motocyclettes et de motoneiges
6329	Autres marchands de véhicules de loisir

**110 Stations-service**

6331	Stations-service
------	------------------

**120 Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services**

6341	Magasins de fournitures pour la maison et pour l'automobile
6342	Magasins de pneus, d'accumulateurs, de pièces et d'accessoires
6351	Garages (réparations générales)
6352	Ateliers de peinture et de carrosserie
6353	Ateliers de remplacement de silencieux
6354	Ateliers de remplacement de glaces pour véhicules automobiles
6355	Ateliers de réparation et de remplacement de boîtes de vitesse de véhicules automobiles
6359	Autres ateliers de réparation de véhicules automobiles
6391	Lave-autos
6399	Autres services pour véhicules automobiles, n.c.a.

**130 Magasins de marchandises diverses**

6411	Magasins à rayons
6412	Magasins généraux
6413	Autres magasins de marchandises diverses (bazars et magasins de marchandises diverses)

**140 Autres magasins de produits semi-durables**

6511	Librairies et papeteries
6521	Fleuristes
6522	Centres de jardinage
6531	Quincailleries
6532	Magasins de peinture, de vitre et de papier peint
6581	Magasins de jouets et d'articles de loisir
6582	Magasins de cadeaux, d'articles de fantaisie et de souvenirs

**150 Autres magasins de produits durables**

6541	Magasins d'articles de sport
6542	Magasins de bicyclettes
6551	Magasins d'instruments de musique
6552	Magasins de disques et de bandes magnétiques
6561	Bijouteries
6562	Ateliers de réparation de montres et de bijoux
6571	Magasins d'appareils et de fournitures photographiques

**160 Other Retail Stores**

6021	Liquor stores
6022	Wine stores
6023	Beer stores
6591	Second-hand merchandise stores, n.e.c.
6592	Opticians' shops
6593	Art galleries and artists' supply stores
6594	Luggage and leather goods stores
6595	Monument and tombstone dealers
6596	Pet stores
6597	Coin and stamp dealers
6598	Mobile home dealers
6599	Other retail stores, n.e.c.

**160 Autres magasins de vente au détail**

6021	Magasins de spiritueux
6022	Magasins de vin
6023	Magasins de bière
6591	Magasins de marchandises d'occasion, n.c.a.
6592	Opticiens
6593	Galleries d'art et magasins de fournitures pour artistes
6594	Magasins de bagages et de maroquinerie
6595	Magasins de monuments funéraires et de pierres tombales
6596	Magasins d'animaux de maison
6597	Marchands de pièces de monnaie et de timbres
6598	Marchands de maisons mobiles
6599	Autres magasins de vente au détail, n.c.a.








# ORDER FORM


Statistics Canada

## TO ORDER:

 **MAIL**  
Statistics Canada  
Dissemination Division  
Circulation Management  
120 Parkdale Avenue  
Ottawa, Ontario  
K1A 0T6 Canada

 **PHONE**  
1 800 267-6677  
(613) 951-7277

 **FAX**  
1 877 287-4369  
(613) 951-1584

 **E-MAIL:** [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca)

(Please print)

 **1 800 363-7629**  
Telecommunication Device  
for the Hearing Impaired

Company \_\_\_\_\_

Department \_\_\_\_\_

Attention \_\_\_\_\_ Title \_\_\_\_\_

Address \_\_\_\_\_

City \_\_\_\_\_ Province \_\_\_\_\_

Postal Code \_\_\_\_\_ Phone \_\_\_\_\_ Fax \_\_\_\_\_

E-mail Address: \_\_\_\_\_

Your personal information is protected by the *Privacy Act*.<sup>\*\*</sup>

## METHOD OF PAYMENT:

(Check only one)

☐ Please charge my: ☐ VISA ☐ MasterCard

Card Number \_\_\_\_\_

Expiry Date \_\_\_\_\_

Cardholder (please print) \_\_\_\_\_

Signature \_\_\_\_\_

☐ Payment enclosed \$ \_\_\_\_\_  
(payable to the Receiver General for Canada)

☐ Purchase  
Order Number  
(please enclose) \_\_\_\_\_

Authorized Signature \_\_\_\_\_

Catalogue Number	Title	Date of issue(s) or indicate an "S" for subscription(s)	Price (All prices exclude sales tax)	*Shipping Charges (Applicable to shipments sent outside Canada)	Quantity	Total \$

► \*Shipping charges: No shipping charges for delivery in Canada. For shipments to the United States, please add \$6 per issue or item ordered. For shipments to other countries, please add \$10 per issue or item ordered. Annual frequency = 1. Quarterly frequency = 4. Monthly frequency = 12.

► Canadian clients add **either** 7% GST and applicable PST **or** HST (GST Registration No. R121491807).

► Clients outside Canada pay in Canadian dollars drawn on a Canadian bank **or** pay in equivalent US dollars, converted at the prevailing daily exchange rate, drawn on a US bank.

► Statistics Canada is FIS-ready. Federal government departments and agencies must include with all orders their IS Organization Code \_\_\_\_\_ and IS Reference Code \_\_\_\_\_

► **\*\* Statistics Canada will only use your information to complete this sales transaction, deliver your product(s), and administer your account. From time to time, we may also offer you other Statistics Canada products and services and conduct market research. If you do not wish to be contacted again for promotional purposes ☐ and/or market research, ☐ check as appropriate and fax and mail this page to us, call 1 800 700-1033 or e-mail [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca).**

**SUBTOTAL**

**GST (7%)**

**Applicable PST**

**Applicable HST  
(N.S., N.B., Nfld.)**

**GRAND TOTAL**

**PF099000**

## THANK YOU FOR YOUR ORDER!



Statistics  
Canada

Statistique  
Canada

[www.statcan.ca](http://www.statcan.ca)

Canada





## Discover labour market trends in seconds

### When you need a snapshot of the labour market

...when you need quick answers or in-depth analysis  
 ...when you need to see historical movements  
 ...when you need labour-related data for a presentation or report  
 ...you'll find that the **Labour Force Historical Review on CD-ROM** is the perfect solution.

This easy-to-use CD-ROM, issued annually, provides:

### Accurate, timely data...

- ✱ actual and seasonally adjusted, monthly and annual data

### ...plus historical information...

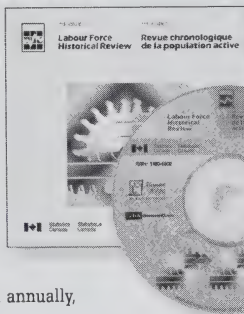
- ✱ over 20 years of data (from 1976 to 1999)

### ...in a tremendously useful format!

- ✱ with thousands of cross-classified data series
- ✱ and the functionality for easy export of the data into any spreadsheet package for data manipulation

### At the click of a mouse, access key variables, such as:

- ✱ employment and unemployment levels and rates
- ✱ demographic characteristics including age, sex, educational attainment and family variables
- ✱ national, provincial, metropolitan areas and economic regions
- ✱ industry, occupation, wages, union membership, job tenure
- ✱ workplace size and hours worked ...and much more.



## Découvrez les tendances du marché du travail en quelques secondes

### Que vous ayez besoin d'un instantané du marché du travail

... de réponses rapides ou d'analyses approfondies  
 ... de séries chronologiques  
 ... ou de données sur le marché du travail pour un exposé ou un compte rendu  
 ... le **CD-ROM de la Revue chronologique de la population active** est l'outil parfait.

Ce CD-ROM facile à utiliser, qui paraît chaque année, vous offre :

### des données exactes et à jour...

- ✱ brutes et désaisonnalisées, mensuelles et annuelles

### ... et des renseignements chronologiques...

- ✱ portant sur plus de 20 ans de données (de 1976 à 1999)

### ... présentés dans un format des plus pratiques!

- ✱ avec des milliers de séries croisées
- ✱ les fonctionnalités permettant d'exporter facilement les données vers tout tableur à des fins de manipulation

### Il suffit d'un clic de souris pour accéder à des variables clés :

- ✱ les niveaux et les taux d'emploi et de chômage
- ✱ les caractéristiques démographiques, dont l'âge, le sexe, le niveau d'instruction et les données familiales
- ✱ les données nationales, provinciales et relatives aux régions métropolitaines et économiques
- ✱ les données relatives aux branches d'activité, aux professions, aux salaires, à l'affiliation syndicale et à l'ancienneté d'emploi
- ✱ les données sur la taille du lieu de travail, le nombre d'heures de travail... et beaucoup plus.

For more detailed information on this CD-ROM, visit our Web site at <http://www.statcan.ca/english/ads/71F0004XCB/index.htm>

The **Labour Force Historical Review on CD-ROM** (catalogue no. 71F0004XCB) is available for only \$195. In Canada, please add either GST and applicable PST or HST. Shipping charges: No shipping charges for delivery in Canada. For shipments to the United States, please add \$6. For shipments to other countries, please add \$10. To order the CD-ROM, CALL 1 800 267-6677, FAX 1 877 287-4369 or MAIL your order to Statistics Canada, Dissemination Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6, Canada. You may also order by E-MAIL: [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca) or contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre: 1 800 263-1136.

Pour plus de précisions sur ce CD-ROM, visitez notre site Web à [http://www.statcan.ca/francais/ads/71F0004XCB/index\\_f.htm](http://www.statcan.ca/francais/ads/71F0004XCB/index_f.htm)

Le **CD-ROM de la Revue chronologique de la population active** (n° 71F0004XCB au catalogue) est offert à seulement 195 \$. Au Canada, veuillez ajouter soit la TPS et la TVP en vigueur, soit la TVH. Frais de port : Aucuns frais pour les envois au Canada. Pour les envois à destination des États-Unis, veuillez ajouter 6 \$. Pour les envois à destination des autres pays, veuillez ajouter 10 \$. Vous pouvez commander le CD-ROM par TÉLÉPHONE au 1 800 267-6677, par TÉLÉCOPIEUR au 1 877 287-4369 ou par la POSTE à Statistique Canada, Division de la diffusion, Gestion de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario), K1A 0T6, Canada. Vous pouvez aussi commander par COURRIEL à [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca) ou en communiquant avec le Centre de consultation régional de Statistique Canada le plus proche au 1 800 263-1136.



# Income Trends in Canada

In these times of budget challenges, it is more crucial than ever before to understand income trends of Canadians.

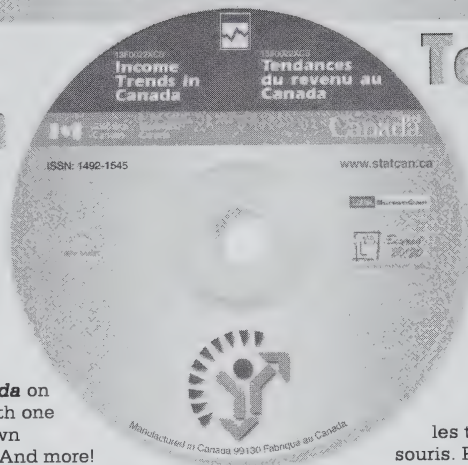
Use *Income Trends in Canada* on CD-ROM to view trends with one mouse click. Create your own tables. Chart income data. And more!

## Get the overall picture with nearly two decades of data

For \$195, you will find income statistics covering 1980 to 1997 for Canada, the provinces and 15 metropolitan areas! Get accurate and reliable data about:

- ▶ income from employment... and other sources
- ▶ taxes
- ▶ impact of government transfers on family income
- ▶ differences in earnings between women and men
- ▶ income of Canada's seniors
- ▶ income inequality and low income
- ▶ and a lot more!

**Need more details?** Check out *Income Trends in Canada* on our Web site at <http://www.statcan.ca/english/ads/13F0022XCB/index.htm> or contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre at 1 800 263-1136.



# Tendances du revenu au Canada

En cette période de défis budgétaires, il importe plus que jamais de comprendre les tendances du revenu des Canadiens.

Servez-vous du CD-ROM *Tendances du revenu au Canada* pour visualiser les tendances à l'aide d'un simple clic de souris. Personnalisez vos tableaux. Créez vos propres graphiques. Et plus!

## Obtenez une vue d'ensemble à l'aide de presque 20 ans de données

Pour 195 \$, vous trouverez des statistiques sur le revenu de 1980 à 1997 pour le Canada, les provinces et 15 régions métropolitaines! Obtenez des chiffres précis et fiables sur :

- ▶ le revenu d'emploi... et d'autres sources
- ▶ l'impôt
- ▶ l'incidence des transferts gouvernementaux sur le revenu familial
- ▶ les écarts salariaux entre les femmes et les hommes
- ▶ le revenu des aînés au Canada
- ▶ l'inégalité du revenu et le faible revenu
- ▶ et bien plus encore!

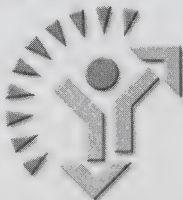
**Pour en savoir plus,** jetez un coup d'oeil sur *Tendances du revenu au Canada* sur notre site Web : [http://www.statcan.ca/francais/ads/13F0022XCB/index\\_f.htm](http://www.statcan.ca/francais/ads/13F0022XCB/index_f.htm) ou communiquez avec le Centre de référence de Statistique Canada de votre région au 1 800 263-1136.

**NEW!**

**NOUVEAU!**

## Order *Income Trends in Canada* TODAY

(catalogue number 13F0022XCB) for \$195. In Canada, please add either GST and applicable PST or HST. Shipping and handling outside Canada: For shipments to the United States, please add \$6. For shipments to other countries, please add \$10. To order, CALL 1 800 267-6677, FAX 1 877 287-4369 or MAIL: Statistics Canada, Circulation Management, Dissemination Division, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, Canada, K1A 0T6. You may also order by E-MAIL: [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca).



## Commandez *Tendances du revenu au Canada* DES AUJOURD'HUI

(n° 13F0022XCB au catalogue) au prix de 195 \$. Au Canada, veuillez ajouter soit la TPS et la TVP en vigueur, soit la TVH. Port et manutention à l'extérieur du Canada : pour les envois à destination des États-Unis, veuillez ajouter 6 \$. Pour les envois à destination des autres pays, veuillez ajouter 10 \$. Vous pouvez commander par TÉLÉPHONE au 1 800 267-6677, par TÉLÉCOPIEUR au 1 877 287-4369 ou par la POSTE en écrivant à Statistique Canada, Gestion de la circulation, Division de la diffusion, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) Canada, K1A 0T6. Vous pouvez aussi nous joindre par COURRIEL à [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca).



Catalogue no. 63-005-XPB

N° 63-005-XPB au catalogue

# Retail Trade

June 2000

# Commerce de détail

Juin 2000



## How to obtain more information

Specific inquiries about this product and related statistics or services should be directed to: Marketing and Client Services Section, Distributive Trades Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (telephone: (613) 951-3549) or toll free at 1 877 421-3067).

For information on the wide range of data available from Statistics Canada, you can contact us by calling one of our toll-free numbers. You can also contact us by e-mail or by visiting our Web site.

<b>National inquiries line</b>	1 800 263-1136
<b>National telecommunications device for the hearing impaired</b>	1 800 363-7629
<b>Depository Services Program inquiries</b>	1 800 700-1033
<b>Fax line for Depository Services Program</b>	1 800 889-9734
<b>E-mail inquiries</b>	infostats@statcan.ca
<b>Web site</b>	www.statcan.ca

## Comment obtenir d'autres renseignements

Toute demande de renseignements au sujet du présent produit ou au sujet de statistiques ou de services connexes doit être adressée à : Section du marketing et service à la clientèle, Division de la statistique du commerce, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (téléphone : (613) 951-951-3549) ou sans frais au 1 877 421-3067).

Pour obtenir des renseignements sur l'ensemble des données de Statistique Canada qui sont disponibles, veuillez composer l'un des numéros sans frais suivants. Vous pouvez également communiquer avec nous par courriel ou visiter notre site Web.

<b>Service national de renseignements</b>	1 800 263-1136
<b>Service national d'appareils de télécommunications pour les malentendants</b>	1 800 363-7629
<b>Renseignements concernant le Programme des bibliothèques de dépôt</b>	1 800 700-1033
<b>Télécopieur pour le Programme des bibliothèques de dépôt</b>	1 800 889-9734
<b>Renseignements par courriel</b>	infostats@statcan.ca
<b>Site Web</b>	www.statcan.ca

## Ordering and subscription information

This product, Catalogue no. 63-005-XPB, is published monthly as a standard printed publication at a price of CDN \$21.00 per issue and CDN \$206.00 for a one-year subscription. The following additional shipping charges apply for delivery outside Canada:

	<b>Single issue</b>	<b>Annual subscription</b>
<b>United States</b>	CDN \$ 6.00	CDN \$72.00
<b>Other countries</b>	CDN \$ 10.00	CDN \$120.00

This product is also available in electronic format on the Statistics Canada Internet site as Catalogue no. 63-005-XIB at a price of CDN \$16.00 per issue and CDN \$155.00 for a one-year subscription. To obtain single issues or to subscribe, visit our Web site at [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca), and select Products and Services.

All prices exclude sales taxes.

The printed version of this publication can be ordered by

- Phone (Canada and United States) **1 800 267-6677**
- Fax (Canada and United States) **1 877 287-4369**
- E-mail **order@statcan.ca**
- Mail  
Statistics Canada  
Dissemination Division  
Circulation Management  
120 Parkdale Avenue  
Ottawa, Ontario K1A 0T6
- And, in person at the Statistics Canada Reference Centre nearest you, or from authorised agents and bookstores.

When notifying us of a change in your address, please provide both old and new addresses.

## Standards of service to the public

Statistics Canada is committed to serving its clients in a prompt, reliable and courteous manner and in the official language of their choice. To this end, the Agency has developed standards of service which its employees observe in serving its clients. To obtain a copy of these service standards, please contact Statistics Canada toll free at 1 800 263-1136.

## Renseignements sur les commandes et les abonnements

Le produit n° 63-005-XPB au catalogue est publié mensuellement en version imprimée standard et est offert au prix de 21 \$ CA l'exemplaire et de 206 \$ CA pour un abonnement annuel. Les frais de livraison supplémentaires suivants s'appliquent aux envois à l'extérieur du Canada :

	<b>Exemplaire</b>	<b>Abonnement annuel</b>
<b>États-Unis</b>	6 \$ CA	72 \$ CA
<b>Autres pays</b>	10 \$ CA	120 \$ CA

Ce produit est aussi disponible sous forme électronique dans le site Internet de Statistique Canada, sous le n° 63-005-XIB au catalogue, et est offert au prix de 16 \$ CA l'exemplaire et de 155 \$ CA pour un abonnement annuel. Les utilisateurs peuvent obtenir des exemplaires ou s'abonner en visitant notre site Web à [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca) et en choisissant la rubrique Produits et services.

Les prix ne comprennent pas les taxes de ventes.

La version imprimée peut être commandée par

- Téléphone (Canada et États-Unis) **1 800 267-6677**
- Télécopieur (Canada et États-Unis) **1 877 287-4369**
- Courriel **order@statcan.ca**
- Poste  
Statistique Canada  
Division de la diffusion  
Gestion de la circulation  
120, avenue Parkdale  
Ottawa (Ontario) K1A 0T6
- En personne au bureau régional de Statistique Canada le plus près de votre localité ou auprès des agents et librairies autorisés.

Lorsque vous signalez un changement d'adresse, veuillez nous fournir l'ancienne et la nouvelle adresse.

## Normes de service à la clientèle

Statistique Canada s'engage à fournir à ses clients des services rapides, fiables et courtois, et ce, dans la langue officielle de leur choix. À cet égard, notre organisme s'est doté de normes de service à la clientèle qui doivent être observées par les employés lorsqu'ils offrent des services à la clientèle. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec Statistique Canada au numéro sans frais 1 800 263-1136.



Statistics Canada  
Distributive Trades Division  
Retail Financial Section

# Retail Trade

June 2000

Statistique Canada  
Division de la statistique du commerce  
Section du commerce de détails financiers

# Commerce de détail

Juin 2000

Published by authority of the Minister  
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 2000

All rights reserved. No part of this publication  
may be reproduced, stored in a retrieval system or  
transmitted in any form or by any means, electronic,  
mechanical, photocopying, recording or otherwise  
without prior written permission from Licence  
Services, Marketing Division, Statistics Canada,  
Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

August 2000

Catalogue no. 63-005-XPB, Vol. 72, No. 6  
ISSN 0380-6146

Frequency: Monthly

Catalogue no. 63-005-XIB, Vol. 72, No. 6  
ISSN 1488-0008

Ottawa

## Note of appreciation

*Canada owes the success of its statistical system to a long-standing partnership between Statistics Canada, the citizens of Canada, its businesses, governments and other institutions. Accurate and timely statistical information could not be produced without their continued cooperation and goodwill.*

Publication autorisée par le ministre  
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 2000

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire  
ou de transmettre le contenu de la présente publication,  
sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit,  
enregistrement sur support magnétique, reproduction  
électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou  
de l'emmagasiner dans un système de recouvrement,  
sans l'autorisation écrite préalable des Services de  
concession des droits de licence, Division du  
marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario,  
Canada K1A 0T6.

Août 2000

N° 63-005-XPB au catalogue, vol. 72, n° 6  
ISSN 0380-6146

Périodicité : mensuelle

N° 63-005-XIB au catalogue, vol. 72, n° 6  
ISSN 1488-0008

Ottawa

## Note de reconnaissance

*Le succès du système statistique du Canada repose sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada et la population, les entreprises, les administrations canadiennes et les autres organismes. Sans cette collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible de produire des statistiques précises et actuelles.*

## Symbols

The following standard symbols are used in this Statistics Canada publication:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

## NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

## A NOTE ON CANSIM

All current and historical statistics on Retail Trade (Matrix Nos. 2299, 2397-2416 and 2418-2420), as well as many other series are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian - Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printout, or in machine readable form. For further information, contact the Cansim staff or Dissemination Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (telephone (613) 951-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- **F. Maranda**, Director, Distributive Trades Division
- **R. Lussier**, Assistant Director, Distributive Trades Division
- **B. Meyer**, Chief, Retail Financial Section, Distributive Trades Division
- **P. Gratton**, Senior Economist, Retail Financial Section, Distributive Trades Division

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences - Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 - 1984.

## Signes conventionnels

Les signes conventionnels suivants sont employés uniformément dans cette publication de Statistique Canada :

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

## NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

## NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système Canadien d'information socio-économique) fournit au public toutes les statistiques actuelles et historiques sur le Commerce de détail (matrice nos 2299, 2397-2416 et 2418-2420), et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports ordinolingués. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de CANSIM de la Division de la diffusion, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone (613) 951-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de :

- **F. Maranda**, directeur, Division de la statistique du commerce
- **R. Lussier**, directeur adjoint, Division de la statistique du commerce
- **B. Meyer**, chef, section du commerce de détails financiers, Division de la statistique du commerce
- **P. Gratton**, économiste principal, Section du commerce de détails financiers, Division de la statistique du commerce

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'American National Standard for Information Sciences "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 1984.



## TABLE OF CONTENTS

Highlights	v
Charts	viii
For Further Reading	ix

## Table

1. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	2
2. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	4
3. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)	6
4. Retail Trade Sample Response Fraction and Coefficient of Variation (Current Periods)	22
5. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	24
6. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	26
7. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Current Periods)	28
8. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Historical Estimates)	28
9. Retail Sales, Current and Constant (1992) Dollar Estimates	30

## Appendix

I. Definitions	33
II. Trade Group Coverage	34

## TABLE DES MATIÈRES

Faits saillants	v
Graphiques	viii
Lectures suggérées	ix

## Tableau

1. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	2
2. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	4
3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)	6
4. Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation (périodes courantes)	22
5. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	24
6. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	26
7. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)	28
8. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)	28
9. Ventes au détail, estimations en dollars courants et constants (1992)	30

## Appendice

I. Définitions	33
II. Couverture des groupes de commerce	34

## Note to users

Monthly estimates (unadjusted data) for four metropolitan areas (Montreal, Toronto, Winnipeg and Vancouver) can be tabulated by trade group and are available for purchase. For information on metropolitan area estimates, contact the Marketing and Client Services Section at (613) 951-3549 or toll free at 1 877 421-3067.

Users interested in acquiring further information relating to the methodology, seasonal adjustment and data reliability of this survey may consult the February 2000 issue (containing revisions to the previous year) of this publication or contact the Marketing and Client Services Section.

## Notes aux utilisateurs

Les estimations mensuelles (non désaisonnalisées) pour les quatre régions métropolitaines (Montréal, Toronto, Winnipeg et Vancouver) par groupe de commerce sont disponibles pour achat. Pour plus de renseignements sur les régions métropolitaines, communiquez avec la Section du marketing et services à la clientèle au (613) 951-3549 ou sans frais au 1 877 421-3067.

Les utilisateurs qui sont intéressés d'obtenir plus de renseignements concernant la méthodologie, la désaisonnalisation et la fiabilité des données de cette enquête peuvent consulter le numéro de février 2000, de cette publication (incluant les révisions de l'année précédente) ou communiquer avec la Section du marketing et services à la clientèle.

## Highlights

### June 2000

Retail sales advanced 0.8% in June to \$22.9 billion, following a 0.5% gain in May. The gains of the last two months completely offset the 1.1% decline in April, bringing the level of retail sales slightly above the previous high of \$22.8 billion observed in March. In constant prices, retail sales advanced by 0.4% in June.

The automotive sector powered retail sales growth in May and June. Excluding the automotive sector, sales decreased 0.2% in May and increased 0.4% in June. Attractive financial incentives offered by manufacturers drove motor vehicle sales in June, and higher prices for petroleum products resulted in increased sales by gasoline service stations. These strong sales gains observed in the auto sector followed a significant decline in April.

All other retail sectors also saw rising sales in June, with the exception of furniture stores.

Despite a slow start in 2000, retailers have enjoyed generally strong sales increases since early 1996, except for a period of weaker gains in the spring and summer of 1998. In June, retail sales were 6.3% higher than in June 1999.

The economic fundamentals that affect retail sales remain strong. Disposable income advanced 5.0% in the first quarter of 2000 (the most recent period for which data are available) compared with the first quarter of 1999. However, interest rates increased three times since the start of 2000; the Bank of Canada's Bank Rate rose from 5.0% in January to 6.0% in May.

### Furniture stores led the second quarter results

In the second quarter, consumers increased their purchases in all retail stores by 0.7% compared with the previous quarter and by 6.2% compared with the second quarter of 1999. This rise is the ninth consecutive quarterly advance in retail sales.

Although furniture stores posted a decline in June, they ended the second quarter with strong sales. The largest gains in the second quarter were reported by retailers in the furniture (+2.1%), food (+1.9%) and drug (+1.2%) sectors. The remaining sectors posted little or no gains in the second quarter compared with the previous quarter.

## Faits saillants

### Juin 2000

Les ventes au détail ont augmenté de 0,8 % en juin pour atteindre 22,9 milliards de dollars, à la suite d'une hausse de 0,5 % en mai. Les augmentations des deux derniers mois ont entièrement effacé le recul de 1,1 % observé en avril, ce qui a fait grimper le niveau des ventes au détail légèrement au-dessus du sommet précédent, atteint en mars (22,8 milliards de dollars). En prix constants, les ventes au détail ont progressé de 0,4 % en juin.

C'est le secteur de l'automobile qui a soutenu la croissance observée dans le secteur de la vente au détail en mai et en juin. Si l'on exclut ce secteur, les ventes ont diminué de 0,2 % en mai et ont augmenté de 0,4 % en juin. Les incitatifs financiers intéressants offerts par les constructeurs ont favorisé les ventes de véhicules en juin, alors que les hausses des prix pour les produits du pétrole ont permis aux stations-service de réaliser une forte progression dans les ventes. Ces importantes augmentations des ventes du secteur de l'automobile ont suivi le recul important enregistré en avril.

Tous les autres secteurs de la vente au détail ont également déclaré une augmentation des ventes en juin, à l'exception des magasins de meubles.

En dépit d'un départ lent en 2000, les détaillants bénéficient de ventes généralement en hausse depuis le début de 1996, sauf pour une période de progression plus lente observée au cours du printemps et de l'été 1998. En juin, les ventes au détail ont dépassé de 6,3 % leur niveau de juin 1999.

Les principaux indicateurs économiques qui ont un impact sur les ventes au détail demeurent vigoureux; ainsi, le revenu disponible a augmenté de 5,0 % au cours du premier trimestre de 2000 (période la plus récente pour laquelle on dispose de données) par rapport à la même période en 1999. Cependant, les taux d'intérêt ont été à la hausse à trois reprises depuis le début de 2000, le taux d'escompte de la Banque du Canada passant de 5,0 % en janvier à 6,0 % en mai.

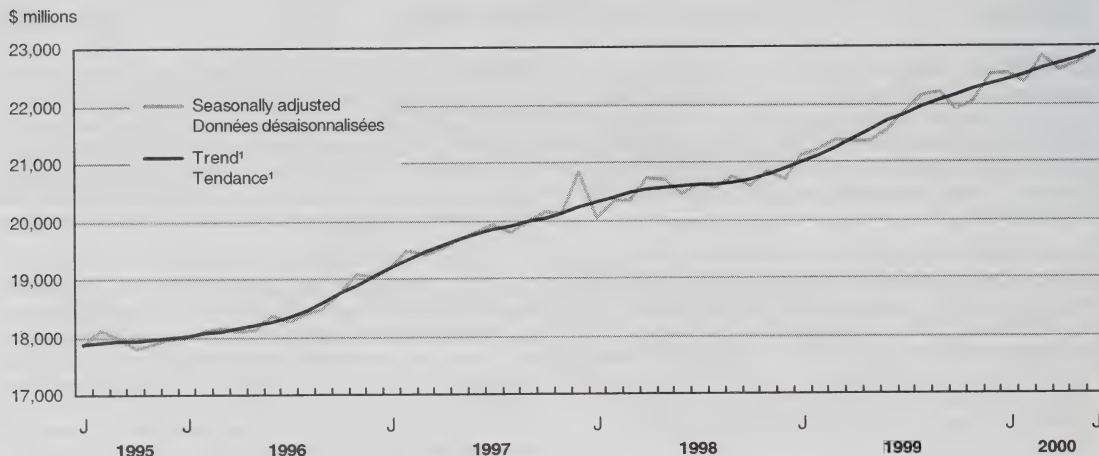
### Les magasins de meubles ont obtenu les meilleurs résultats au deuxième trimestre

Au deuxième trimestre, les consommateurs ont accru de 0,7 % leurs achats dans tous les magasins de vente au détail par rapport au trimestre précédent et de 6,2 % comparativement au deuxième trimestre de 1999. Il s'agit de la neuvième progression trimestrielle d'affilée des ventes au détail.

Bien que les magasins de meubles aient affiché un recul en juin, ils ont terminé le deuxième trimestre sur une forte note. Au deuxième trimestre, on observe les augmentations les plus importantes chez les magasins de meubles (+2,1 %), les magasins d'alimentation (+1,9 %) et les pharmacies (+1,2 %). Les autres secteurs se caractérisent par une faible hausse ou une stagnation des ventes au deuxième trimestre comparativement au premier.

## Retail Sales – Canada

## Ventes au détail – Canada



<sup>1</sup> Trend represents smoothed seasonally adjusted data.

<sup>1</sup> La tendance représente les données désaisonnalisées lissées.

## Auto sector still in the driver's seat

In June, consumer spending in the automotive sector advanced 1.5% from May, following an identical increase in May from April. Gasoline service stations (+2.7%) and motor and recreational vehicle dealers (+1.9%) posted sales advances, while automotive parts, accessories and services stores reported a 2.3% decline in June. Higher gasoline prices (+6.3% in June) continued to push sales up in gasoline service stations. Advantageous incentives for motor vehicle purchases, such as zero-percent financing and large cash rebates, contributed to the increase in sales by auto dealers.

## Back-to-back sales increases in clothing stores

Purchases in clothing stores increased by 1.0% in both May and June compared with the previous month. Within the sector, other clothing stores (+1.7%), which include family and children's clothing stores, led sales advances in June. Men's (+0.5%) and women's (+0.3%) clothing stores posted their second consecutive monthly gain in sales in June. Sales in the overall clothing sector have generally been increasing since early 1996.

## Le secteur de l'automobile a encore enregistré de bons résultats

En juin, les dépenses des consommateurs dans le secteur de l'automobile se sont accrues de 1,5 % par rapport à mai, à la suite d'une progression identique observée en mai par rapport à avril. Les stations-service (+2,7 %) et les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs (+1,9 %) ont constaté une progression de leurs ventes, tandis que les magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et de services ont accusé un recul de 2,3 % en juin. Des prix de l'essence plus élevés en juin (+6,3 %) ont continué de pousser les ventes des stations-service à la hausse. Des incitatifs avantageux proposés aux acheteurs de véhicules automobiles, comme un financement à taux d'intérêt nul ainsi que d'importants rabais, ont contribué à l'augmentation des ventes des concessionnaires d'automobiles.

## Les magasins de vêtements ont enregistré deux hausses consécutives de leurs ventes

Les ventes des magasins de vêtements ont augmenté de 1,0 %, tant en mai qu'en juin, comparativement au mois précédent. Dans le secteur de l'habillement, les établissements appartenant à la catégorie «autres magasins de vêtements» (+1,7 %), qui incluent les magasins de vêtements pour la famille et pour enfants, ont affiché la plus forte progression de juin. Les magasins de vêtements pour hommes (+0,5 %) et pour femmes (+0,3 %) ont enregistré une deuxième hausse mensuelle consécutive de leurs ventes en juin. Dans l'ensemble du secteur de l'habillement, les ventes progressent en général depuis le début de 1996.



In June, advancing sales in department stores (+1.6%) led to a 0.9% increase for the general merchandise sector. This was a third straight monthly gain in sales by stores in the sector. Within the sector, other general merchandise stores posted essentially unchanged sales in June, after a 0.9% increase in May. Due to restructuring in the department store industry, sales in the general merchandise sector have remained essentially unchanged since the summer of 1999.

In June, consumers reduced spending in furniture stores (-1.0%) after three months of increases. Sales in furniture stores have generally been advancing since the spring of 1996, posting the strongest growth of all retail sectors.

### Half the provinces posted large gains

Strong increases in retail sales were observed in Nova Scotia (+2.4%), British Columbia (+2.1%), Quebec (+1.1%), Alberta (+1.1%) and Newfoundland (+1.0%) in June. Retailers in the remaining provinces posted little or no change in sales.

British Columbia's 2.1% increase was a strong rebound after flat sales in the first five months of 2000; all sectors advanced except furniture. This healthy gain brought retail sales in British Columbia back to the upward movement that began in the fall of 1998.

In June, consumers in Nova Scotia and Quebec spent more in retail stores after two months of belt-tightening. In Nova Scotia, consumers reduced spending only in the food and furniture sectors. In Quebec, only food stores saw reduced sales. Retail sales in Nova Scotia have generally been increasing since the spring of 1997. In Quebec, the period of overall advances in retail sales started in the summer of 1998.

### Related indicators for July

Reflecting slower growth in job creation in the last few months, total employment was nearly unchanged in July (-0.1%) for the second consecutive month. Preliminary figures from the auto industry indicate a decline in the number of new motor vehicles sold in July compared with June. However, after four monthly declines the number of housing starts in July jumped 22.6% from June.

En juin, la croissance des ventes des grands magasins (+1,6 %) s'est traduite par une hausse de 0,9 % des ventes du secteur des magasins de marchandises diverses. Il s'agit de la troisième augmentation d'affilée des ventes pour les magasins de ce secteur. Au sein du secteur, les autres magasins de marchandises diverses ont affiché des ventes pratiquement inchangées en juin, après une hausse de 0,9 % en mai. En raison de restructurations au sein de la composante des grands magasins, les ventes du secteur des magasins de marchandises diverses n'ont généralement pas varié depuis l'été 1999.

En juin, les consommateurs ont réduit leurs dépenses dans les magasins de meubles (-1,0 %), après trois mois d'augmentations. Les ventes des magasins de meubles sont généralement en progression depuis le printemps 1996, et ces magasins se caractérisent par la plus forte croissance parmi tous les secteurs de vente au détail.

### La moitié des provinces ont affiché d'importantes hausses

En juin, on observe une forte hausse des ventes au détail en Nouvelle-Écosse (+2,4 %), en Colombie-Britannique (+2,1 %), au Québec (+1,1 %), en Alberta (+1,1 %) et à Terre-Neuve (+1,0 %). Les ventes des détaillants dans les autres provinces ont très peu ou pas varié.

L'augmentation de 2,1 % observée en Colombie-Britannique constituait une forte remontée, après des ventes stagnantes enregistrées au cours des cinq premiers mois de l'année; tous les secteurs ont progressé, sauf celui de l'ameublement. Grâce à cette vigoureuse augmentation, les ventes au détail dans cette province ont repris leur tendance ascendante qui avait commencé à l'automne 1998.

En juin, les consommateurs de la Nouvelle-Écosse et du Québec ont accru leurs dépenses dans les magasins de vente au détail, après les avoir réduites pendant deux mois. En Nouvelle-Écosse, les consommateurs ont réduit leurs dépenses uniquement dans les magasins d'alimentation et dans les magasins de meubles. Au Québec, les magasins d'alimentation ont été les seuls à accusé un recul des ventes. En Nouvelle-Écosse, les ventes au détail sont généralement en progression depuis le printemps 1997, alors qu'au Québec, la période d'augmentations globales des ventes a commencé au cours de l'été 1998.

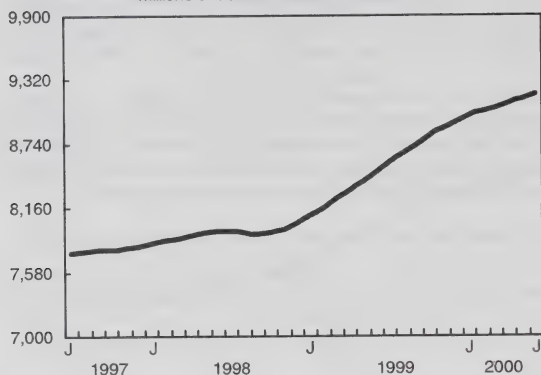
### Indicateurs connexes pour juillet

Reflétant le ralentissement dans la création d'emplois au cours des derniers mois, le nombre total d'emplois n'a pratiquement pas varié en juillet (-0,1 %), et ce, pour un deuxième mois d'affilée. Les données provisoires fournies par le secteur de l'automobile font état d'une baisse du nombre de véhicules neufs vendus en juillet comparativement à juin. En revanche, le nombre de mises en chantier a fait un bond de 22,6 % en juillet par rapport à juin, à la suite de quatre mois de diminutions.

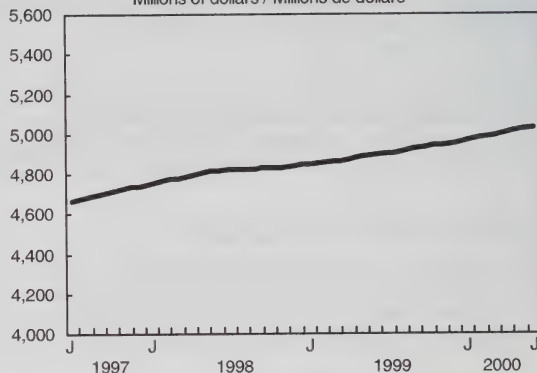
# Retail Sales Trends<sup>1</sup> – Canada, By Major Group

# Tendances<sup>1</sup> des ventes au détail – Canada, par groupe principal

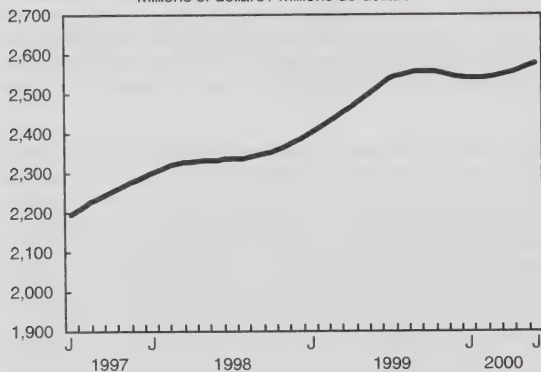
**Automotive / Véhicules automobiles**  
Millions of dollars / Millions de dollars



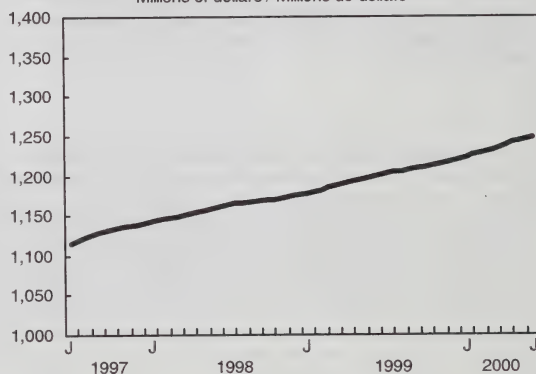
**Food / Aliments**  
Millions of dollars / Millions de dollars



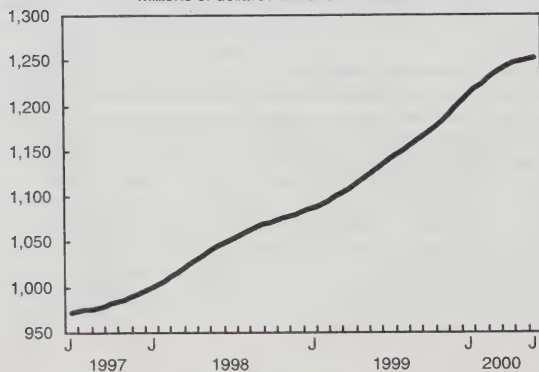
**General Merchandise / Marchandises diverses**  
Millions of dollars / Millions de dollars



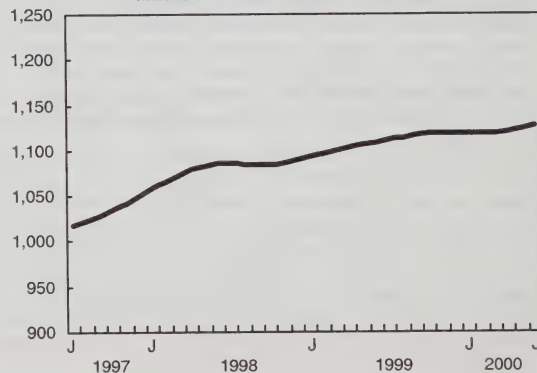
**Clothing / Vêtements**  
Millions of dollars / Millions de dollars



**Furniture / Meubles**  
Millions of dollars / Millions de dollars



**Drug / Pharmacies**  
Millions of dollars / Millions de dollars



<sup>1</sup> Trend represents smoothed seasonally adjusted data.

<sup>1</sup> La tendance représente les données désaisonnalisées lissées.

**For Further Reading**

Selected Publications from Statistics Canada

**Lectures suggérées**

Choisies parmi les publications de Statistique Canada

Title	Catalogue	Titre
New Motor Vehicle Sales, Monthly, Bilingual	<b>63-007-XIB</b>	Ventes de véhicules automobiles neufs, mensuel, bilingue
Wholesale Trade, Monthly, Bilingual	<b>63-008-XIB</b>	Commerce de gros, mensuel, bilingue
Retail Chain and Department Stores, Annual, Bilingual	<b>63-210-XIB</b>	Magasins de détail à succursales et les grands magasins, annuel, bilingue
Wholesaling and Retailing Canada, Annual, Bilingual	<b>63-236-XIB</b>	Les commerces de gros et de détail au Canada, annuel, bilingue
Market Research Handbook, Annual, Bilingual	<b>63-224-XPB</b>	Recueil statistique des études de marché, annuel, bilingue

To order a publication you may telephone 1 (613) 951-7277 or use facsimile number 1 (613) 951-1584. For toll free in Canada only telephone 1 800 267-6677. When ordering by telephone or facsimile a written confirmation is not required.

Pour obtenir une publication veuillez téléphoner au 1 (613) 951-7277 ou utiliser le numéro du télécopieur 1 (613) 951-1584. Pour appeler sans frais, au Canada, composez le 1 800 267-6677. Il n'est pas nécessaire de nous faire parvenir une confirmation pour une commande faite par téléphone ou télécopieur.





**Statistical  
Tables**

---

**Tableaux  
statistiques**

---

Table 1

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Current Periods)**

	Sales					Change from previous month Variation par rapport au mois précédent	
	Ventes						
	June 2000 Juin	May 2000 Mai	April 2000 Avril	March 2000 Mars	Year-to-date 2000 Cumulatif	June 2000 Juin	May 2000 Mai
	Millions of dollars – Millions de dollars					Per cent – Pourcentage	
<b>Trade Group - Canada</b>							
Supermarkets and grocery stores	4,657.3	4,647.5	4,718.0	4,640.9	27,766.0	0.2	-1.5
All other food stores	370.4	371.3	374.7	372.9	2,233.4	-0.2	-0.9
Drugs and patent medicine stores	1,129.2	1,122.5	1,128.4	1,109.0	6,721.4	0.6	-0.5
Shoe stores	132.6	132.8	129.8	143.6	813.9	-0.2	2.3
Men's clothing stores	132.0	131.4	125.9	132.1	780.1	0.5	4.4
Women's clothing stores	383.1	382.1	371.5	390.2	2,289.6	0.3	2.9
Other clothing stores	600.1	589.8	596.4	592.8	3,544.1	1.7	-1.1
Household furniture and appliance stores	1,019.4	1,026.7	1,023.8	1,011.7	6,067.6	-0.7	0.3
Household furnishings stores	227.4	232.3	230.8	229.4	1,374.3	-2.1	0.6
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	6,120.1	6,006.3	5,935.8	6,114.7	36,153.5	1.9	1.2
Gasoline service stations	1,827.1	1,779.4	1,770.0	1,812.5	10,637.1	2.7	0.5
Automotive parts, accessories and services	1,265.8	1,295.1	1,242.7	1,325.6	7,673.0	-2.3	4.2
General merchandise stores	2,588.1	2,564.0	2,557.2	2,536.0	15,386.2	0.9	0.3
Other semi-durable goods stores	723.3	715.2	710.3	726.9	4,323.9	1.1	0.7
Other durable goods stores	616.8	610.5	588.3	608.3	3,643.3	1.0	3.8
Other retail stores	1,100.5	1,100.8	1,092.3	1,092.8	6,532.7	0.0	0.8
<b>Total, all stores</b>	<b>22,893.3</b>	<b>22,707.8</b>	<b>22,596.0</b>	<b>22,839.6</b>	<b>135,940.5</b>	<b>0.8</b>	<b>0.5</b>
<b>Regions</b>							
Newfoundland	374.6	371.0	373.2	372.4	2,218.1	1.0	-0.6
Prince Edward Island	103.1	102.9	104.5	101.2	613.6	0.2	-1.5
Nova Scotia	711.2	694.4	696.9	707.2	4,180.5	2.4	-0.4
New Brunswick	573.4	572.0	572.9	590.0	3,434.4	0.2	-0.2
Quebec	5,206.5	5,150.7	5,170.2	5,307.0	31,196.6	1.1	-0.4
Ontario	8,783.8	8,764.5	8,619.8	8,700.8	51,998.3	0.2	1.7
Manitoba	778.2	780.9	771.0	779.0	4,655.6	-0.3	1.3
Saskatchewan	679.5	677.0	664.5	679.1	4,032.4	0.4	1.9
Alberta	2,647.7	2,619.4	2,626.9	2,605.8	15,654.0	1.1	-0.3
British Columbia	2,960.3	2,899.9	2,919.7	2,918.7	17,501.7	2.1	-0.7
Yukon	28.8	28.9	29.3	29.0	172.4	-0.3	-1.4
Nunavut	15.4	15.1	15.3	15.6	91.0	2.0	-1.3
Northwest Territories	30.7	31.2	31.9	33.6	191.9	-1.6	-2.2

Tableau 1

**Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(périodes courantes)**

Change from previous month Variation par rapport au mois précédent		Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					
April 2000 Avril	March 2000 Mars	June 2000 Juin	May 2000 Mai	April 2000 Avril	March 2000 Mars	Year-to-date 2000 Cumulatif	
Per cent – Pourcentage							
							<b>Groupe de commerce - Canada</b>
1.7	0.8	2.9	2.4	4.4	2.8	2.5	Supermarchés d'alimentation et épiceries
0.5	-0.2	1.9	1.2	3.7	0.8	2.4	Tous les autres magasins d'alimentation
1.7	-0.2	2.2	2.0	3.0	0.0	1.5	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-9.6	4.5	2.7	-5.2	-7.7	2.4	-1.3	Magasins de chaussures
-4.7	1.1	7.1	3.5	-0.8	2.2	2.6	Magasins de vêtements pour hommes
-4.8	3.4	3.9	1.2	-0.1	4.1	2.0	Magasins de vêtements pour femmes
0.6	2.4	8.8	5.2	7.5	7.8	7.5	Autres magasins de vêtements
1.2	2.5	7.7	12.5	18.5	13.6	12.8	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
0.6	-0.1	10.1	9.9	10.2	10.7	10.3	Magasins d'accessoires d'ameublement
-2.9	4.9	7.6	10.1	5.0	6.5	7.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
-2.3	1.8	24.5	22.0	22.0	32.2	26.6	Stations-service
-6.3	3.9	2.3	4.7	1.5	8.7	4.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
0.8	-0.3	3.9	2.7	4.3	3.9	4.1	Magasins de marchandises diverses
-2.3	3.4	2.1	0.7	1.2	1.7	2.2	Autres magasins de produits semi-durables
-3.3	-0.7	6.8	4.6	0.4	1.9	3.4	Autres magasins de produits durables
0.0	1.2	4.8	2.7	5.2	6.3	4.7	Autres magasins de vente au détail
<b>-1.1</b>	<b>2.1</b>	<b>6.3</b>	<b>6.4</b>	<b>5.8</b>	<b>6.7</b>	<b>6.2</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
							<b>Régions</b>
0.2	2.9	5.9	5.4	8.7	4.3	6.1	Terre-Neuve
3.3	-1.3	5.9	9.4	14.1	9.4	9.9	Île-du-Prince-Édouard
-1.5	1.4	2.8	2.4	7.3	5.7	3.9	Nouvelle-Écosse
-2.9	5.5	5.3	3.6	6.0	9.8	6.1	Nouveau-Brunswick
-2.6	3.6	3.9	2.7	2.9	4.7	3.6	Québec
-0.9	2.1	7.1	7.9	6.6	8.0	7.5	Ontario
-1.0	0.3	5.5	7.1	3.8	3.2	4.4	Manitoba
-2.1	2.0	6.2	6.5	4.3	7.4	5.9	Saskatchewan
0.8	1.3	10.2	11.7	10.9	9.0	9.9	Alberta
0.0	0.6	6.2	5.3	4.4	5.7	5.3	Colombie-Britannique
1.0	1.8	4.0	5.1	6.9	8.6	5.2	Yukon
-1.9	6.1	5.5	6.3	-	8.3	5.3	Nunavut
-5.1	4.3	1.7	4.7	15.6	5.7	6.0	Territoires du Nord Ouest

Table 2

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Current Periods)**

	Sales Ventes				
	June 2000 Juin	May 2000 Mai	April 2000 Avril	March 2000 Mars	Year-to-date 2000 Cumulatif
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Trade Group - Canada</b>					
Supermarkets and grocery stores	4,885.3	4,682.4	4,658.9	4,611.8	27,333.7
All other food stores	390.6	381.0	379.4	354.8	2,159.4
Drugs and patent medicine stores	1,119.8	1,118.6	1,078.7	1,101.3	6,532.4
Shoe stores	143.5	154.8	129.8	116.6	733.5
Men's clothing stores	141.8	126.9	110.8	102.1	664.2
Women's clothing stores	386.7	408.8	355.9	331.8	2,023.4
Other clothing stores	563.1	554.3	532.8	513.3	2,982.5
Household furniture and appliance stores	993.5	940.1	901.7	912.5	5,368.5
Household furnishings stores	234.7	236.1	207.5	214.4	1,249.6
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	7,364.3	7,559.6	6,370.7	6,599.5	37,396.8
Gasoline service stations	1,936.1	1,838.8	1,640.3	1,746.2	10,266.3
Automotive parts, accessories and services	1,405.1	1,482.4	1,195.0	1,201.7	7,320.6
General merchandise stores	2,539.4	2,525.8	2,361.0	2,223.6	13,465.0
Other semi-durable goods stores	780.2	821.6	632.7	570.0	3,846.0
Other durable goods stores	617.7	606.3	526.0	498.1	3,189.7
Other retail stores	1,193.0	1,119.3	1,000.0	977.7	5,939.1
<b>Total, all stores</b>	<b>24,695.0</b>	<b>24,557.0</b>	<b>22,081.1</b>	<b>22,075.5</b>	<b>130,471.0</b>
<b>Regions</b>					
Newfoundland	414.6	402.9	358.8	357.7	2,100.3
Prince Edward Island	117.4	109.4	94.6	87.6	562.4
Nova Scotia	786.5	730.1	670.8	666.9	3,984.2
New Brunswick	628.1	627.8	555.7	552.7	3,252.2
Quebec	5,685.3	5,798.3	5,268.4	5,199.3	30,386.5
Ontario	9,519.7	9,456.3	8,283.3	8,350.0	49,678.5
Manitoba	830.7	820.0	749.4	765.7	4,456.2
Saskatchewan	720.3	709.0	643.0	639.4	3,824.8
Alberta	2,800.7	2,798.0	2,548.9	2,531.7	14,983.1
British Columbia	3,108.0	3,024.8	2,833.7	2,847.3	16,802.9
Yukon	34.0	32.6	27.0	26.9	163.3
Nunavut	15.1	15.7	15.7	15.5	88.1
Northwest Territories	34.7	31.9	31.8	34.9	188.6



Tableau 2

**Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(périodes courantes)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					
June 2000 Juin	May 2000 Mai	April 2000 Avril	March 2000 Mars	Year-to-date 2000 Cumulatif	
Per cent – Pourcentage					
<b>Groupe de commerce - Canada</b>					
7.0	0.7	3.3	7.7	3.3	Supermarchés d'alimentation et épiceries
3.0	-0.2	6.8	2.1	2.8	Tous les autres magasins d'alimentation
3.1	3.9	0.1	1.1	2.0	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
2.2	-6.1	-8.8	7.5	-1.6	Magasins de chaussures
13.2	1.0	-3.4	6.8	3.8	Magasins de vêtements pour hommes
3.7	1.1	-1.8	7.6	2.4	Magasins de vêtements pour femmes
12.0	3.5	6.7	11.3	8.4	Autres magasins de vêtements
9.9	13.4	16.0	15.3	13.6	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
7.6	14.4	7.1	11.0	10.6	Magasins d'accessoires d'ameublement
6.9	16.7	-1.7	8.3	7.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
27.3	22.3	17.2	34.3	26.9	Stations-service
1.9	9.3	-2.7	10.4	4.8	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
6.1	2.8	3.8	5.2	5.2	Magasins de marchandises diverses
2.4	1.8	0.2	2.5	2.7	Autres magasins de produits semi-durables
9.3	3.7	-2.0	5.9	4.5	Autres magasins de produits durables
9.6	1.8	3.4	12.3	5.7	Autres magasins de vente au détail
<b>7.9</b>	<b>8.4</b>	<b>2.5</b>	<b>9.4</b>	<b>7.0</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Régions</b>					
9.2	6.9	5.0	8.7	7.3	Terre-Neuve
8.4	10.6	11.4	10.5	10.5	Île-du-Prince-Édouard
7.4	3.1	1.9	8.8	4.9	Nouvelle-Écosse
6.2	6.2	3.1	12.1	6.7	Nouveau-Brunswick
5.6	4.6	-0.8	8.7	4.5	Québec
8.4	10.7	3.2	10.6	8.2	Ontario
7.6	7.8	0.1	7.0	5.2	Manitoba
6.9	8.3	1.5	9.3	6.4	Saskatchewan
11.7	13.4	8.0	10.7	10.6	Alberta
8.0	6.4	2.1	7.0	6.0	Colombie-Britannique
4.6	8.7	3.8	9.3	6.0	Yukon
6.3	4.7	1.3	8.4	5.6	Nunavut
1.8	3.6	14.4	11.1	7.0	Territoires du Nord Ouest

Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Canada</b>					
Supermarkets and grocery stores	14,226.6	13,107.1	14,006.9	14,037.0	13,725.9
All other food stores	1,151.0	1,008.4	1,187.7	1,101.6	1,116.3
Drugs and patent medicine stores	3,317.2	3,215.3	3,647.6	3,279.8	3,240.7
Shoe stores	428.2	305.4	475.3	405.0	447.5
Men's clothing stores	379.5	284.7	553.4	343.1	365.7
Women's clothing stores	1,151.4	872.0	1,423.0	1,105.3	1,139.7
Other clothing stores	1,650.2	1,332.3	2,201.2	1,715.0	1,537.5
Household furniture and appliance stores	2,835.3	2,533.3	3,511.1	2,847.2	2,510.8
Household furnishings stores	678.3	571.4	775.6	667.1	618.2
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	21,294.6	16,102.2	16,310.7	18,351.2	19,848.3
Gasoline service stations	5,415.3	4,851.2	4,927.6	4,985.5	4,423.7
Automotive parts, accessories and services	4,082.5	3,238.0	4,148.3	3,802.0	3,963.9
General merchandise stores	7,426.3	6,038.7	9,791.5	7,397.1	7,124.0
Other semi-durable goods stores	2,234.5	1,611.5	2,516.1	2,232.7	2,200.0
Other durable goods stores	1,750.0	1,439.7	2,218.6	1,788.8	1,686.6
Other retail stores	3,312.3	2,626.8	3,629.0	3,373.7	3,155.4
<b>Total, all stores</b>	<b>71,333.1</b>	<b>59,137.9</b>	<b>71,323.6</b>	<b>67,432.1</b>	<b>67,104.3</b>
<b>Newfoundland</b>					
Supermarkets and grocery stores	281.8	257.4	276.3	284.9	281.2
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	59.7	58.5	68.0	58.6	59.2
Shoe stores	3.4	2.5	4.6	3.9	3.6
Men's clothing stores	2.9	2.0	7.6	3.6	3.7
Women's clothing stores	12.5	8.6	21.8	13.6	13.4
Other clothing stores	14.4	11.2	27.0	16.8	12.8
Household furniture and appliance stores	33.6	26.7	46.9	34.3	29.4
Household furnishings stores	2.5	1.6	2.6	2.4	1.9
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	371.3	245.0	214.2	280.9	323.7
Gasoline service stations	102.4	86.4	95.6	104.7	91.9
Automotive parts, accessories and services	60.4	44.6	68.0	54.2	57.1
General merchandise stores	145.6	114.0	221.9	151.3	136.7
Other semi-durable goods stores	24.2	14.2	29.9	23.4	22.5
Other durable goods stores	13.4	9.3	20.1	13.1	10.9
Other retail stores	38.4	31.7	47.2	40.6	36.4
<b>Total, all stores</b>	<b>1,176.4</b>	<b>924.1</b>	<b>1,165.0</b>	<b>1,100.0</b>	<b>1,098.1</b>

Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	
Per cent - Pourcentage					
<b>Canada</b>					
3.6	3.0	3.1	2.5	1.4	Supermarchés d'alimentation et épiceries
3.1	2.5	3.3	1.0	0.4	Tous les autres magasins d'alimentation
2.4	1.5	4.3	2.4	1.1	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-4.3	2.6	-1.3	-5.0	-3.2	Magasins de chaussures
3.8	3.9	-1.3	-1.3	-4.6	Magasins de vêtements pour hommes
1.0	4.2	4.6	1.0	0.8	Magasins de vêtements pour femmes
7.3	9.8	5.4	5.7	8.7	Autres magasins de vêtements
12.9	14.5	11.3	9.4	8.9	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
9.7	11.8	7.8	6.4	4.6	Magasins d'accessoires d'ameublement
7.3	8.3	9.9	10.5	2.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
22.4	32.4	23.5	15.9	7.1	Stations-service
3.0	7.1	5.4	3.7	2.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
4.2	6.4	5.0	10.6	7.1	Magasins de marchandises diverses
1.6	4.4	0.3	5.6	4.0	Autres magasins de produits semi-durables
3.8	5.4	3.1	2.7	3.3	Autres magasins de produits durables
5.0	6.6	9.7	7.6	8.1	Autres magasins de vente au détail
<b>6.3</b>	<b>7.9</b>	<b>7.0</b>	<b>7.1</b>	<b>3.6</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Terre-Neuve</b>					
0.2	1.1	-1.0	1.7	1.5	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
0.8	3.4	2.7	6.0	2.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-5.6	-	-	5.4	-2.7	Magasins de chaussures
-21.6	-25.9	-3.8	-14.3	-22.9	Magasins de vêtements pour hommes
-6.7	-6.5	1.9	2.3	6.3	Magasins de vêtements pour femmes
12.5	4.7	9.3	3.1	4.1	Autres magasins de vêtements
14.3	10.3	7.3	15.5	25.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
31.6	6.7	-7.1	9.1	-5.0	Magasins d'accessoires d'ameublement
14.7	19.1	20.1	16.2	11.5	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
11.4	11.2	4.5	6.9	3.1	Stations-service
5.8	8.8	10.2	6.1	15.8	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
6.5	3.4	5.7	10.9	7.4	Magasins de marchandises diverses
7.6	-1.4	4.9	4.5	11.4	Autres magasins de produits semi-durables
22.9	25.7	14.9	8.3	14.7	Autres magasins de produits durables
5.5	3.3	9.0	4.6	0.8	Autres magasins de vente au détail
<b>7.1</b>	<b>7.5</b>	<b>6.6</b>	<b>8.2</b>	<b>7.0</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Prince Edward Island</b>					
Supermarkets and grocery stores	76.1	68.5	74.4	81.1	73.7
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	18.8	16.8	19.6	18.2	17.2
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	x	x	x	x	x
Other clothing stores	6.3	4.5	10.1	9.7	6.2
Household furniture and appliance stores	8.2	6.7	9.9	7.9	7.4
Household furnishings store	4.3	2.9	5.3	4.9	3.9
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	77.4	48.6	56.7	62.2	66.1
Gasoline service stations	37.9	30.8	34.1	42.0	31.2
Automotive parts, accessories and services	21.3	14.1	20.4	19.4	20.6
General merchandise stores	26.3	18.8	37.2	28.6	22.6
Other semi-durable goods stores	12.3	8.2	12.8	18.2	12.7
Other durable goods stores	5.2	3.5	7.3	6.9	5.0
Other retail stores	15.3	9.8	13.7	17.6	13.4
<b>Total, all stores</b>	<b>321.4</b>	<b>241.0</b>	<b>316.1</b>	<b>331.8</b>	<b>292.0</b>
<b>Nova Scotia</b>					
Supermarkets and grocery stores	520.6	488.5	516.5	515.3	496.2
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	129.1	127.2	147.7	131.5	126.1
Shoe stores	5.4	4.3	7.8	6.8	6.8
Men's clothing stores	5.0	3.3	8.4	4.7	4.8
Women's clothing stores	28.8	20.9	41.5	29.2	32.0
Other clothing stores	35.4	28.2	59.6	41.3	31.9
Household furniture and appliance stores	61.9	58.2	84.3	62.1	51.5
Household furnishings store	11.6	8.7	15.6	15.5	14.1
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	609.2	450.1	426.4	510.0	601.7
Gasoline service stations	199.5	168.8	191.9	202.3	181.5
Automotive parts, accessories and services	119.8	89.2	129.1	111.7	112.7
General merchandise stores	218.1	170.8	330.8	220.3	208.5
Other semi-durable goods stores	67.3	45.8	86.3	69.4	60.3
Other durable goods stores	40.4	33.8	60.8	44.8	38.9
Other retail stores	113.4	82.8	121.8	120.3	108.2
<b>Total, all stores</b>	<b>2,187.4</b>	<b>1,796.8</b>	<b>2,251.4</b>	<b>2,109.7</b>	<b>2,099.2</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	
Per cent – Pourcentage					
					<b>Île-du-Prince-Édouard</b>
3.3	7.0	14.6	14.5	16.1	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
9.3	1.8	-	-1.1	-2.8	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour femmes
1.6	-2.2	4.1	10.2	21.6	Autres magasins de vêtements
10.8	3.1	12.5	23.4	19.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
10.3	-3.3	15.2	-	-2.5	Magasins d'accessoires d'ameublement
17.1	13.0	27.1	11.1	-5.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
21.5	33.3	25.8	21.0	5.8	Stations-service
3.4	7.6	6.8	6.6	9.6	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
16.4	16.8	17.7	26.0	5.6	Magasins de marchandises diverses
-3.1	10.8	2.4	4.0	6.7	Autres magasins de produits semi-durables
4.0	16.7	19.7	25.5	28.2	Autres magasins de produits durables
14.2	11.4	1.5	8.6	10.7	Autres magasins de vente au détail
<b>10.1</b>	<b>11.2</b>	<b>14.4</b>	<b>12.9</b>	<b>6.2</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
					<b>Nouvelle-Écosse</b>
4.9	5.1	5.9	4.3	5.8	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
2.4	1.7	5.6	1.2	-0.2	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-20.6	-8.5	-	-1.4	-5.6	Magasins de chaussures
4.2	-5.7	3.7	6.8	-2.0	Magasins de vêtements pour hommes
-10.0	-11.4	-7.2	-9.9	10.3	Magasins de vêtements pour femmes
11.0	8.9	7.6	7.8	11.1	Autres magasins de vêtements
20.2	25.7	23.1	20.8	18.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
-17.7	-23.0	2.6	50.5	60.2	Magasins d'accessoires d'ameublement
1.2	3.5	-1.1	3.0	0.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
9.9	24.5	27.6	23.1	24.1	Stations-service
6.3	6.6	3.8	1.5	-0.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
4.6	3.6	6.2	11.1	9.7	Magasins de marchandises diverses
11.6	2.9	9.2	0.9	-8.6	Autres magasins de produits semi-durables
3.9	8.3	5.9	5.7	2.4	Autres magasins de produits durables
4.8	2.5	7.8	6.7	9.2	Autres magasins de vente au détail
<b>4.2</b>	<b>5.7</b>	<b>6.3</b>	<b>6.4</b>	<b>5.2</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region**  
**(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>New Brunswick</b>					
Supermarkets and grocery stores	426.7	393.8	428.7	423.3	396.3
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	86.4	86.3	97.4	85.2	82.8
Shoe stores	5.9	4.3	7.4	6.7	6.6
Men's clothing stores	6.2	4.4	10.4	6.2	5.9
Women's clothing stores	20.6	15.1	30.5	20.8	21.1
Other clothing stores	30.9	23.5	47.9	33.8	27.5
Household furniture and appliance stores	46.2	40.8	63.9	48.9	40.1
Household furnishings stores	14.4	11.0	17.7	14.5	12.3
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	558.1	380.3	383.8	483.9	560.5
Gasoline service stations	167.2	142.0	159.1	168.8	142.2
Automotive parts, accessories and services	105.4	79.3	113.8	96.9	97.4
General merchandise stores	176.0	138.5	262.3	179.3	167.4
Other semi-durable goods stores	54.9	38.2	57.6	51.7	50.3
Other durable goods stores	26.8	20.9	42.1	28.9	25.4
Other retail stores	72.6	53.4	78.0	79.5	68.0
<b>Total, all stores</b>	<b>1,811.6</b>	<b>1,440.6</b>	<b>1,813.2</b>	<b>1,745.4</b>	<b>1,721.9</b>
<b>Quebec</b>					
Supermarkets and grocery stores	3,620.8	3,372.3	3,599.9	3,664.8	3,615.4
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	714.9	702.4	749.3	680.8	676.1
Shoe stores	146.3	92.1	170.7	133.8	155.2
Men's clothing stores	82.8	55.2	111.0	71.3	86.7
Women's clothing stores	322.8	225.5	371.6	296.3	318.8
Other clothing stores	457.2	332.6	517.1	440.2	428.9
Household furniture and appliance stores	780.4	624.0	891.4	774.4	697.6
Household furnishings stores	126.5	98.1	139.7	123.1	124.3
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,109.3	3,784.8	3,726.0	4,480.8	5,077.2
Gasoline service stations	1,147.4	1,057.4	1,058.9	1,025.4	911.8
Automotive parts, accessories and services	1,008.9	778.6	1,042.6	926.7	1,011.4
General merchandise stores	1,487.8	1,188.0	1,818.5	1,429.4	1,446.9
Other semi-durable goods stores	463.9	308.9	444.9	448.8	460.4
Other durable goods stores	377.0	301.9	425.7	363.8	370.6
Other retail stores	543.1	398.2	592.9	503.0	519.1
<b>Total, all stores</b>	<b>16,752.0</b>	<b>13,634.4</b>	<b>16,007.3</b>	<b>15,687.5</b>	<b>16,238.2</b>

Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	
Per cent – Pourcentage					
<b>Nouveau-Brunswick</b>					
7.7	9.7	9.4	8.8	5.4	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
4.3	9.8	6.4	3.5	2.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-10.6	4.9	-	11.7	15.8	Magasins de chaussures
5.1	-8.3	-8.8	-1.6	-	Magasins de vêtements pour hommes
-2.4	4.9	6.6	3.5	7.7	Magasins de vêtements pour femmes
12.4	8.8	8.4	3.4	7.4	Autres magasins de vêtements
15.2	10.0	10.0	15.9	4.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
17.1	18.3	21.2	12.4	5.1	Magasins d'accessoires d'ameublement
-0.4	4.7	27.7	20.2	11.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
17.6	18.3	15.5	11.7	7.6	Stations-service
8.2	18.7	5.0	-0.4	-5.0	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
5.1	7.1	6.5	8.5	5.2	Magasins de marchandises diverses
9.1	2.1	2.7	8.6	6.8	Autres magasins de produits semi-durables
5.5	12.4	10.5	7.8	7.2	Autres magasins de produits durables
6.8	7.4	8.6	8.0	7.6	Autres magasins de vente au détail
<b>5.2</b>	<b>8.6</b>	<b>11.8</b>	<b>10.9</b>	<b>6.8</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Québec</b>					
0.1	0.6	2.7	4.8	5.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
5.7	4.3	2.6	-4.9	-7.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-5.7	3.8	0.4	-5.4	-5.0	Magasins de chaussures
-4.5	-9.7	-8.2	-8.6	-7.6	Magasins de vêtements pour hommes
1.3	2.7	4.2	-3.7	-4.1	Magasins de vêtements pour femmes
6.6	9.8	5.0	1.4	5.7	Autres magasins de vêtements
11.9	14.8	11.1	9.3	9.9	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
1.8	4.7	2.9	-2.1	-2.3	Magasins d'accessoires d'ameublement
0.6	5.2	5.7	12.7	8.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
25.8	35.7	28.7	20.9	13.6	Stations-service
-0.2	7.2	6.6	6.5	3.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
2.8	5.9	4.4	8.1	6.6	Magasins de marchandises diverses
0.8	3.0	-6.9	-6.4	-7.2	Autres magasins de produits semi-durables
1.7	3.4	-0.4	3.1	7.6	Autres magasins de produits durables
4.6	5.5	15.4	12.8	9.5	Autres magasins de vente au détail
<b>3.2</b>	<b>6.2</b>	<b>5.7</b>	<b>7.1</b>	<b>5.5</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region**  
**(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Ontario</b>					
Supermarkets and grocery stores	4,538.1	4,118.3	4,371.1	4,371.4	4,317.7
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	1,368.2	1,309.5	1,494.5	1,379.6	1,375.6
Shoe stores	161.8	119.5	173.5	151.1	170.5
Men's clothing stores	169.1	129.2	248.1	152.0	157.1
Women's clothing stores	466.3	359.6	590.7	438.6	460.3
Other clothing stores	621.7	521.1	895.0	651.5	586.6
Household furniture and appliance stores	1,043.4	955.8	1,283.3	1,043.6	905.5
Household furnishings stores	300.7	254.6	341.6	284.2	255.9
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	8,314.1	6,201.8	6,541.9	7,204.1	7,614.8
Gasoline service stations	2,095.8	1,902.4	1,878.4	1,821.4	1,641.2
Automotive parts, accessories and services	1,564.1	1,258.4	1,603.4	1,457.4	1,524.8
General merchandise stores	2,963.4	2,385.4	3,956.7	2,944.3	2,821.7
Other semi-durable goods stores	981.0	725.4	1,158.3	1,013.6	968.5
Other durable goods stores	696.5	571.1	918.9	716.0	672.1
Other retail stores	1,458.6	1,159.2	1,606.0	1,517.0	1,382.1
<b>Total, all stores</b>	<b>27,259.2</b>	<b>22,419.2</b>	<b>27,604.6</b>	<b>25,642.3</b>	<b>25,353.4</b>
<b>Manitoba</b>					
Supermarkets and grocery stores	571.7	527.8	559.0	546.1	532.0
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	72.8	72.5	80.9	70.4	68.9
Shoe stores	11.5	8.9	13.4	11.0	12.3
Men's clothing stores	11.8	7.9	17.1	10.4	11.4
Women's clothing stores	29.8	22.4	36.5	29.6	29.8
Other clothing stores	45.2	39.2	66.8	51.2	45.3
Household furniture and appliance stores	87.0	76.7	106.5	85.4	74.5
Household furnishings stores	17.0	15.1	18.0	16.7	15.2
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	708.3	592.0	618.6	676.6	701.1
Gasoline service stations	206.0	180.4	184.6	186.4	167.5
Automotive parts, accessories and services	122.3	95.7	123.0	111.8	124.0
General merchandise stores	286.7	235.1	379.8	284.8	279.0
Other semi-durable goods stores	55.4	42.4	75.3	55.2	54.8
Other durable goods stores	54.3	44.4	66.4	54.7	54.7
Other retail stores	99.9	78.5	111.4	102.0	95.1
<b>Total, all stores</b>	<b>2,400.1</b>	<b>2,056.1</b>	<b>2,478.7</b>	<b>2,308.9</b>	<b>2,281.5</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	
Per cent - Pourcentage					
<b>Ontario</b>					
5.1	2.6	2.1	0.5	-1.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
-0.5	-1.4	3.0	3.7	4.9	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-5.1	-0.3	-3.1	-6.8	-2.0	Magasins de chaussures
7.6	12.3	3.2	2.0	-1.8	Magasins de vêtements pour hommes
1.3	6.7	6.4	2.8	4.4	Magasins de vêtements pour femmes
6.0	10.4	8.2	12.3	17.2	Autres magasins de vêtements
15.2	19.1	14.5	11.3	10.5	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
17.5	20.8	11.1	8.5	8.3	Magasins d'accessoires d'ameublement
9.2	9.5	14.0	15.3	3.4	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
27.7	37.6	25.1	16.9	8.9	Stations-service
2.6	7.3	6.4	3.3	3.6	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
5.0	7.2	5.7	12.8	8.9	Magasins de marchandises diverses
1.3	7.6	3.4	13.9	10.6	Autres magasins de produits semi-durables
3.6	7.4	4.2	4.0	4.3	Autres magasins de produits durables
5.5	7.9	10.0	7.3	9.7	Autres magasins de vente au détail
<b>7.5</b>	<b>9.1</b>	<b>8.6</b>	<b>9.2</b>	<b>4.6</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Manitoba</b>					
7.5	7.8	4.2	2.1	-0.4	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
5.7	3.9	6.3	1.4	1.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-6.5	-	-13.5	-12.0	-3.9	Magasins de chaussures
3.5	-	0.6	11.8	0.9	Magasins de vêtements pour hommes
-	2.3	6.1	8.8	8.8	Magasins de vêtements pour femmes
-0.2	4.8	-0.7	6.0	4.4	Autres magasins de vêtements
16.8	7.0	3.2	6.5	4.2	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
11.8	28.0	24.1	26.5	19.7	Magasins d'accessoires d'ameublement
1.0	-1.1	-2.0	0.7	-6.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
23.0	26.2	27.8	19.3	10.3	Stations-service
-1.4	-4.8	-0.1	-5.3	3.6	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
2.8	5.1	1.9	7.9	4.5	Magasins de marchandises diverses
1.1	0.5	0.9	13.3	9.4	Autres magasins de produits semi-durables
-0.7	8.8	7.6	4.8	0.2	Autres magasins de produits durables
5.0	8.3	7.3	12.6	9.2	Autres magasins de vente au détail
<b>5.2</b>	<b>5.2</b>	<b>3.4</b>	<b>4.2</b>	<b>0.2</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region**  
**(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Saskatchewan</b>					
Supermarkets and grocery stores	481.3	427.7	468.9	480.9	469.8
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	90.0	89.4	100.9	94.0	92.2
Shoe stores	5.9	5.1	6.3	5.4	6.2
Men's clothing stores	8.5	6.1	12.0	7.6	8.2
Women's clothing stores	25.1	20.4	31.2	24.3	25.9
Other clothing stores	41.3	33.7	58.3	44.6	39.3
Household furniture and appliance stores	65.6	61.5	89.0	61.6	57.5
Household furnishings stores	18.5	16.3	22.2	20.1	18.9
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	563.9	445.3	481.2	499.7	531.0
Gasoline service stations	179.7	162.1	174.3	181.0	153.5
Automotive parts, accessories and services	133.0	115.5	138.3	130.2	128.7
General merchandise stores	269.7	220.1	342.2	261.4	251.5
Other semi-durable goods stores	48.9	36.6	57.3	44.4	49.7
Other durable goods stores	46.7	39.4	66.2	47.8	46.1
Other retail stores	75.4	58.2	80.6	72.5	68.7
<b>Total, all stores</b>	<b>2,072.3</b>	<b>1,752.5</b>	<b>2,149.3</b>	<b>1,990.0</b>	<b>1,961.5</b>
<b>Alberta</b>					
Supermarkets and grocery stores	1,683.0	1,556.5	1,661.7	1,626.0	1,576.3
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	314.9	307.0	362.3	318.8	313.0
Shoe stores	36.9	27.8	37.6	33.6	33.7
Men's clothing stores	47.3	39.0	68.4	42.9	44.8
Women's clothing stores	110.5	89.1	131.3	104.9	103.2
Other clothing stores	186.9	153.6	243.9	202.0	166.2
Household furniture and appliance stores	344.5	334.1	461.2	356.0	308.5
Household furnishings store	80.4	66.7	85.3	74.2	69.8
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	2,534.3	1,934.7	2,032.9	2,066.4	2,131.0
Gasoline service stations	589.0	538.1	544.9	559.3	491.4
Automotive parts, accessories and services	468.5	348.3	437.7	425.7	431.9
General merchandise stores	843.8	699.8	1,109.8	841.6	793.6
Other semi-durable goods stores	222.0	169.0	266.0	210.5	213.1
Other durable goods stores	205.7	166.4	260.4	215.6	196.9
Other retail stores	438.4	367.2	466.5	437.4	418.2
<b>Total, all stores</b>	<b>8,147.6</b>	<b>6,835.5</b>	<b>8,220.2</b>	<b>7,559.9</b>	<b>7,336.1</b>

Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	
Per cent – Pourcentage					
					<b>Saskatchewan</b>
2.4	0.1	-0.9	-0.8	-1.7	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
-2.4	-4.1	-4.9	-4.4	-4.9	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-4.8	10.9	-3.1	-6.9	-13.9	Magasins de chaussures
3.7	-6.2	-7.7	-6.2	-9.9	Magasins de vêtements pour hommes
-3.1	7.4	2.0	0.8	4.9	Magasins de vêtements pour femmes
5.1	8.4	4.7	6.7	3.7	Autres magasins de vêtements
14.1	11.2	9.1	3.5	8.3	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
-2.1	5.2	7.8	3.1	2.2	Magasins d'accessoires d'ameublement
6.2	8.8	4.0	1.9	-2.2	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
17.1	27.4	26.5	19.5	8.3	Stations-service
3.3	12.5	-0.9	-8.8	1.7	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
7.2	7.3	5.0	8.5	5.5	Magasins de marchandises diverses
-1.6	2.8	0.5	1.8	0.2	Autres magasins de produits semi-durables
1.3	11.6	8.0	3.2	1.8	Autres magasins de produits durables
9.8	7.8	6.9	1.5	2.2	Autres magasins de vente au détail
<b>5.6</b>	<b>7.3</b>	<b>4.1</b>	<b>2.4</b>	<b>0.5</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
					<b>Alberta</b>
6.8	6.2	4.3	3.0	2.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
0.6	1.6	7.0	10.6	6.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
9.5	8.6	1.3	-6.4	-8.4	Magasins de chaussures
5.6	4.0	-5.4	-1.6	-8.6	Magasins de vêtements pour hommes
7.1	5.7	3.5	0.6	1.0	Magasins de vêtements pour femmes
12.5	7.8	-1.5	-6.3	-7.9	Autres magasins de vêtements
11.7	15.2	10.8	11.8	7.5	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
15.2	9.3	-0.4	-1.7	-5.3	Magasins d'accessoires d'ameublement
18.9	13.6	14.7	7.2	-5.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
19.9	33.4	25.1	15.4	4.5	Stations-service
8.5	5.4	1.0	2.0	2.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
6.3	7.0	4.8	9.4	5.3	Magasins de marchandises diverses
4.2	4.8	4.8	6.2	6.3	Autres magasins de produits semi-durables
4.5	3.5	1.7	1.6	-1.8	Autres magasins de produits durables
4.8	7.1	7.2	6.3	8.7	Autres magasins de vente au détail
<b>11.1</b>	<b>10.1</b>	<b>7.9</b>	<b>6.0</b>	<b>0.6</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>British Columbia</b>					
Supermarkets and grocery stores	1,969.9	1,847.0	1,996.1	1,987.4	1,913.6
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	454.2	437.9	518.5	435.1	422.0
Shoe stores	49.7	39.9	52.2	50.7	51.0
Men's clothing stores	44.0	36.3	66.5	41.4	41.0
Women's clothing stores	129.8	107.0	160.9	141.6	130.0
Other clothing stores	207.6	182.2	272.2	220.7	189.9
Household furniture and appliance stores	360.1	344.9	469.2	368.3	334.4
Household furnishings stores	101.4	95.4	126.0	110.5	101.2
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	2,402.5	1,984.6	1,799.6	2,047.2	2,199.6
Gasoline service stations	675.7	567.3	591.8	676.6	597.5
Automotive parts, accessories and services	464.5	404.3	458.5	453.3	441.2
General merchandise stores	947.6	813.5	1,267.2	995.8	936.5
Other semi-durable goods stores	297.6	217.4	320.1	289.9	301.0
Other durable goods stores	277.9	245.0	344.5	290.8	260.1
Other retail stores	445.6	378.5	499.5	471.7	435.4
<b>Total, all stores</b>	<b>8,966.5</b>	<b>7,836.4</b>	<b>9,092.8</b>	<b>8,721.3</b>	<b>8,496.2</b>
<b>Yukon, Northwest Territories and Nunavut</b>					
Supermarkets and grocery stores	56.6	49.3	54.1	56.0	53.7
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	x
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	1.2	0.9	1.4	1.2	1.2
Other clothing stores	x	x	x	x	x
Household furniture and appliance stores	4.5	4.1	5.7	4.6	4.3
Household furnishings stores	1.1	1.0	1.4	1.0	0.8
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	x	x	x	x	x
Gasoline service stations	x	x	x	x	x
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	x
General merchandise stores	61.2	54.7	65.0	60.3	59.8
Other semi-durable goods stores	6.9	5.4	7.7	7.7	6.9
Other durable goods stores	6.2	4.0	6.2	6.5	5.8
Other retail stores	11.7	9.2	11.4	12.3	10.6
<b>Total, all stores</b>	<b>238.6</b>	<b>201.4</b>	<b>224.9</b>	<b>235.3</b>	<b>225.9</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	
Per cent - Pourcentage					
					<b>Colombie-Britannique</b>
2.9	3.2	3.9	1.3	-1.1	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
7.6	5.1	10.6	6.9	1.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-2.5	5.6	0.8	1.4	2.4	Magasins de chaussures
7.3	8.4	2.2	-1.0	-4.4	Magasins de vêtements pour hommes
-0.2	2.3	3.9	6.3	-4.6	Magasins de vêtements pour femmes
9.3	12.3	5.0	8.8	10.6	Autres magasins de vêtements
7.7	3.8	5.1	1.3	2.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
0.2	2.8	7.0	10.5	6.5	Magasins d'accessoires d'ameublement
9.2	9.2	4.0	-0.7	-2.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
13.1	23.5	11.8	6.0	-7.7	Stations-service
5.3	7.1	7.1	8.4	1.6	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
1.2	4.8	3.8	10.0	4.4	Magasins de marchandises diverses
-1.1	-2.0	-6.5	0.2	3.3	Autres magasins de produits semi-durables
6.8	1.4	2.2	-2.2	-0.9	Autres magasins de produits durables
2.3	4.3	6.8	5.2	3.0	Autres magasins de vente au détail
<b>5.5</b>	<b>6.4</b>	<b>4.6</b>	<b>3.1</b>	<b>-0.3</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
					<b>Yukon, Territoires du Nord-Ouest et Nunavut</b>
5.4	5.1	9.3	8.1	6.3	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
x	x	x	x	x	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
-	-	-6.7	-	-7.7	Magasins de vêtements pour femmes
x	x	x	x	x	Autres magasins de vêtements
4.7	7.9	11.8	2.2	13.2	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
37.5	100.0	75.0	11.1	-	Magasins d'accessoires d'ameublement
x	x	x	x	x	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
x	x	x	x	x	Stations-service
x	x	x	x	x	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
2.3	5.8	7.4	7.7	14.1	Magasins de marchandises diverses
-	10.2	1.3	-2.5	-4.2	Autres magasins de produits semi-durables
6.9	14.3	-4.6	1.6	3.6	Autres magasins de produits durables
10.4	-	10.7	1.7	-17.8	Autres magasins de vente au détail
<b>5.6</b>	<b>7.3</b>	<b>6.9</b>	<b>7.2</b>	<b>6.0</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Yukon</b>					
Supermarkets and grocery stores	25.9	22.5	25.4	26.4	25.0
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	x
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	x	x	x	x	x
Other clothing stores	x	x	x	x	x
Household furniture and appliance stores	x	x	x	x	x
Household furnishings stores	x	x	x	x	x
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	x	x	x	x	x
Gasoline service stations	x	x	x	x	x
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	x
General merchandise stores	x	x	x	x	x
Other semi-durable goods stores	3.3	2.4	3.8	4.6	3.6
Other durable goods stores	x	x	x	x	x
Other retail stores	x	x	x	x	x
<b>Total, all stores</b>	<b>93.6</b>	<b>69.7</b>	<b>81.4</b>	<b>93.9</b>	<b>88.5</b>
<b>Northwest Territories</b>					
Supermarkets and grocery stores	22.0	19.9	21.1	22.2	20.6
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	x
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	x	x	x	x	x
Other clothing stores	x	x	x	x	x
Household furniture and appliance stores	x	x	x	x	x
Household furnishings stores	x	x	x	x	x
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	20.6	x	15.7	20.9	19.3
Gasoline service stations	4.7	x	6.1	5.4	4.3
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	x
General merchandise stores	x	x	x	x	x
Other semi-durable goods stores	x	x	x	x	x
Other durable goods stores	3.0	1.9	3.1	2.4	2.9
Other retail stores	x	x	x	x	x
<b>Total, all stores</b>	<b>98.4</b>	<b>90.2</b>	<b>97.2</b>	<b>97.5</b>	<b>92.7</b>

Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	
Per cent – Pourcentage					
					<b>Yukon</b>
3.6	3.2	5.4	-0.8	2.0	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
x	x	x	x	x	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour femmes
x	x	x	x	x	Autres magasins de vêtements
x	x	x	x	x	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
x	x	x	x	x	Magasins d'accessoires d'ameublement
x	x	x	x	x	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
x	x	x	x	x	Stations-service
x	x	x	x	x	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
x	x	x	x	x	Magasins de marchandises diverses
-8.3	4.3	-	2.2	5.9	Autres magasins de produits semi-durables
x	x	x	x	x	Autres magasins de produits durables
x	x	x	x	x	Autres magasins de vente au détail
<b>5.8</b>	<b>6.4</b>	<b>5.4</b>	<b>4.8</b>	<b>8.2</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
					<b>Territoires du Nord-Ouest</b>
6.8	7.6				Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x				Tous les autres magasins d'alimentation
x	x				Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x				Magasins de chaussures
x	x				Magasins de vêtements pour hommes
x	x				Magasins de vêtements pour femmes
x	x				Autres magasins de vêtements
x	x				Magasins de meubles et d'appareils ménagers
x	x				Magasins d'accessoires d'ameublement
6.7	x				Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
9.3	x				Stations-service
x	x				Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
x	x				Magasins de marchandises diverses
x	x				Autres magasins de produits semi-durables
3.4	5.6				Autres magasins de produits durables
x	x				Autres magasins de vente au détail
<b>6.1</b>	<b>8.0</b>				<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Nunavut</b>					
Supermarkets and grocery stores	8.8	6.9	7.7	7.3	8.2
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	x
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	x	x	x	x	x
Other clothing stores	x	x	x	x	x
Household furniture and appliance stores	x	x	x	x	x
Household furnishings stores	x	x	x	x	x
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	x	x	x	x	x
Gasoline service stations	x	x	x	x	x
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	x
General merchandise stores	x	x	x	x	x
Other semi-durable goods stores	x	x	x	x	x
Other durable goods stores	x	x	x	x	x
Other retail stores	x	x	x	x	x
<b>Total, all stores</b>	<b>46.5</b>	<b>41.5</b>	<b>46.3</b>	<b>43.8</b>	<b>44.7</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	
Per cent – Pourcentage					
7.3	4.5				<b>Nunavut</b>
x	x				Supermarchés d'alimentation et épicerie
x	x				Tous les autres magasins d'alimentation
					Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x				Magasins de chaussures
x	x				Magasins de vêtements pour hommes
x	x				Magasins de vêtements pour femmes
x	x				Autres magasins de vêtements
x	x				Magasins de meubles et d'appareils ménagers
x	x				Magasins d'accessoires d'ameublement
x	x				Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
x	x				Stations-service
x	x				Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
x	x				Magasins de marchandises diverses
x	x				Autres magasins de produits semi-durables
x	x				Autres magasins de produits durables
x	x				Autres magasins de vente au détail
<b>4.0</b>	<b>7.2</b>				<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 4

**Retail Trade Sample Response Fraction and coefficient of Variation  
(Current Periods)**

	Response fraction Fraction de réponse			
	June 2000 Juin	May 2000 Mai	April 2000 Avril	March 2000 Mars
	Per cent – Pourcentage			
<b>Trade Group - Canada</b>				
Supermarkets and grocery stores	94.9	95.2	95.2	95.4
All other food stores	87.4	88.4	88.3	89.6
Drugs and patent medicine stores	81.4	91.0	90.9	91.6
Shoe stores	91.1	94.8	94.0	95.5
Men's clothing stores	84.6	93.0	93.0	91.3
Women's clothing stores	92.3	93.3	92.5	94.6
Other clothing stores	92.8	95.4	95.1	94.9
Household furniture and appliance stores	91.6	93.3	91.4	91.6
Household furnishings stores	83.2	89.2	89.6	87.1
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	94.8	96.4	94.4	96.1
Gasoline service stations	86.0	94.4	93.1	93.9
Automotive parts, accessories and services	92.0	93.0	91.8	92.1
General merchandise stores	99.1	99.0	99.0	98.8
Other semi-durable goods stores	87.3	89.4	90.3	91.2
Other durable goods stores	89.3	91.2	91.3	92.3
Other retail stores	93.4	95.2	93.7	95.7
<b>Total, all stores</b>	<b>92.8</b>	<b>95.0</b>	<b>94.1</b>	<b>94.9</b>
<b>Regions</b>				
Newfoundland	93.2	97.1	97.4	96.1
Prince Edward Island	92.0	94.5	95.1	93.8
Nova Scotia	94.5	96.2	96.7	96.7
New Brunswick	89.7	94.4	94.2	93.9
Quebec	92.2	95.3	93.5	95.0
Ontario	94.2	95.2	94.3	94.7
Manitoba	91.7	92.8	93.5	94.1
Saskatchewan	91.8	93.8	94.0	94.2
Alberta	91.4	94.5	92.8	94.7
British Columbia	92.2	94.9	95.0	95.6
Yukon	87.7	90.1	91.3	93.4
Nunavut	87.0	93.2	97.1	99.4
Northwest Territories	87.7	94.5	95.6	96.2

Tableau 4

Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation  
(périodes courantes)

Coefficient of variation Coefficient de variation			
June 2000 Juin	May 2000 Mai	April 2000 Avril	March 2000 Mars
Per cent – Pourcentage			
<b>Groupe de commerce - Canada</b>			
2.0	1.7	1.7	1.6
6.2	6.0	5.9	6.0
2.2	2.1	2.2	2.2
3.1	3.1	2.6	2.7
3.2	3.3	3.6	3.9
3.0	2.9	3.6	4.3
2.0	2.0	1.8	1.9
4.2	4.2	3.5	3.6
4.0	4.5	4.2	4.4
3.7	3.9	4.2	3.8
3.1	3.0	2.8	2.8
2.7	2.5	2.8	2.9
1.3	1.4	0.9	1.0
5.3	5.0	4.3	4.1
3.8	4.1	3.5	3.6
2.7	3.6	2.4	2.2
<b>1.3</b>	<b>1.3</b>	<b>1.3</b>	<b>1.3</b>
<b>Total, ensemble des magasins</b>			
<b>Régions</b>			
6.2	7.8	5.7	5.9
2.1	2.1	1.8	2.0
4.6	4.2	4.9	4.6
4.6	4.5	4.0	3.7
3.1	3.5	3.5	3.4
2.5	2.4	2.5	2.3
2.5	2.4	2.3	2.5
2.3	2.4	2.3	2.3
2.8	3.0	3.1	2.8
1.9	1.9	1.8	1.8
0.4	0.3	0.6	0.9
-	-	-	-
-	-	-	-
Territoires du Nord Ouest			

Table 5

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Historical Estimates)**

	June 2000 Juin	May 2000 Mai	April 2000 Avril	March 2000 Mars	February 2000 Février	January 2000 Janvier	December 1999 Décembre
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Trade Group - Canada</b>							
Supermarkets and grocery stores	4,657.3	4,647.5	4,718.0	4,640.9	4,606.1	4,496.2	4,663.7
All other food stores	370.4	371.3	374.7	372.9	373.6	370.5	374.4
Drugs and patent medicine stores	1,129.2	1,122.5	1,128.4	1,109.0	1,111.1	1,121.2	1,117.5
Shoe stores	132.6	132.8	129.8	143.6	137.4	137.7	136.5
Men's clothing stores	132.0	131.4	125.9	132.1	130.6	128.1	128.0
Women's clothing stores	383.1	382.1	371.5	390.2	377.2	385.5	380.3
Other clothing stores	600.1	589.8	596.4	592.8	579.0	586.0	562.3
Household furniture and appliance stores	1,019.4	1,026.7	1,023.8	1,011.7	987.5	998.5	970.9
Household furnishings stores	227.4	232.3	230.8	229.4	229.7	224.7	222.1
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	6,120.1	6,006.3	5,935.8	6,114.7	5,829.8	6,146.8	6,107.6
Gasoline service stations	1,827.1	1,779.4	1,770.0	1,812.5	1,780.7	1,667.4	1,690.9
Automotive parts, accessories and services	1,265.8	1,295.1	1,242.7	1,325.6	1,276.0	1,267.8	1,312.0
General merchandise stores	2,588.1	2,564.0	2,557.2	2,536.0	2,544.8	2,596.1	2,482.0
Other semi-durable goods stores	723.3	715.2	710.3	726.9	703.1	745.1	684.6
Other durable goods stores	616.8	610.5	588.3	608.3	612.6	606.8	596.1
Other retail stores	1,100.5	1,100.8	1,092.3	1,092.8	1,079.7	1,066.6	1,089.2
<b>Total, all stores</b>	<b>22,893.3</b>	<b>22,707.8</b>	<b>22,596.0</b>	<b>22,839.6</b>	<b>22,358.9</b>	<b>22,544.9</b>	<b>22,518.2</b>
<b>Regions</b>							
Newfoundland	374.6	371.0	373.2	372.4	362.0	364.9	360.0
Prince Edward Island	103.1	102.9	104.5	101.2	102.5	99.4	101.8
Nova Scotia	711.2	694.4	696.9	707.2	697.5	673.3	704.7
New Brunswick	573.4	572.0	572.9	590.0	559.4	566.7	570.9
Quebec	5,206.5	5,150.7	5,170.2	5,307.0	5,122.1	5,240.1	5,199.4
Ontario	8,783.8	8,764.5	8,619.8	8,700.8	8,523.1	8,606.3	8,548.3
Manitoba	778.2	780.9	771.0	779.0	776.6	769.9	778.0
Saskatchewan	679.5	677.0	664.5	679.1	665.9	666.4	673.5
Alberta	2,647.7	2,619.4	2,626.9	2,605.8	2,572.2	2,582.0	2,577.4
British Columbia	2,960.3	2,899.9	2,919.7	2,918.7	2,902.2	2,900.9	2,928.4
Yukon	28.8	28.9	29.3	29.0	28.5	27.9	28.5
Nunavut	15.4	15.1	15.3	15.6	14.7	14.9	14.5
Northwest Territories	30.7	31.2	31.9	33.6	32.2	32.3	32.8



Tableau 5

Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations historiques)

November 1999 Novembre	October 1999 Octobre	September 1999 Septembre	August 1999 Août	July 1999 Juillet	June 1999 Juin	
Millions of dollars – Millions de dollars						
4,574.5	4,540.4	4,550.2	4,553.1	4,537.5	4,525.1	<b>Groupe de commerce - Canada</b>
371.1	367.3	366.7	365.1	362.3	363.4	Supermarchés d'alimentation et épiceries
1,130.7	1,116.3	1,117.4	1,114.1	1,115.3	1,105.1	Tous les autres magasins d'alimentation
						Pharmacies et magasins de médicaments
						brevetés
128.0	137.4	129.4	133.0	136.7	129.1	Magasins de chaussures
129.1	131.3	126.3	132.9	128.5	123.2	Magasins de vêtements pour hommes
383.0	379.8	361.6	379.1	376.7	368.6	Magasins de vêtements pour femmes
557.7	567.1	552.9	559.6	571.4	551.8	Autres magasins de vêtements
945.6	976.4	940.9	934.1	935.7	946.4	Magasins de meubles et d'appareils
						ménagers
229.6	224.0	215.6	216.6	217.9	206.5	Magasins d'accessoires
						d'ameublement
5,877.2	5,657.4	6,069.5	6,009.9	5,858.6	5,688.1	Concessionnaires de véhicules automobiles
						et récréatifs
1,629.2	1,610.0	1,584.0	1,569.0	1,515.4	1,468.0	Stations-service
1,276.0	1,249.4	1,259.3	1,251.6	1,222.1	1,236.8	Magasins de pièces et d'accessoires pour
						automobiles et services
2,446.1	2,580.2	2,578.9	2,582.6	2,544.4	2,490.4	Magasins de marchandises diverses
710.1	713.4	708.8	727.7	717.8	708.5	Autres magasins de produits semi-durables
588.4	594.0	588.3	587.5	580.9	577.5	Autres magasins de produits durables
1,077.6	1,067.4	1,057.6	1,041.7	1,050.6	1,049.9	Autres magasins de vente au détail
<b>22,053.9</b>	<b>21,911.9</b>	<b>22,207.3</b>	<b>22,157.5</b>	<b>21,871.9</b>	<b>21,538.6</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
						<b>Régions</b>
358.9	354.1	358.6	351.0	350.1	353.8	Terre-Neuve
100.1	99.5	100.8	98.2	98.4	97.4	Île-du-Prince-Édouard
692.4	688.2	688.7	685.2	677.2	691.9	Nouvelle-Écosse
561.2	555.3	560.1	568.0	555.1	544.5	Nouveau-Brunswick
5,104.2	5,057.5	5,124.3	5,097.8	5,067.8	5,010.6	Québec
8,425.8	8,392.3	8,458.5	8,572.7	8,375.7	8,202.6	Ontario
755.5	738.3	775.7	769.1	746.5	737.4	Manitoba
657.7	631.7	657.0	659.0	648.9	639.9	Saskatchewan
2,502.7	2,497.2	2,556.9	2,483.1	2,460.5	2,401.8	Alberta
2,821.9	2,825.2	2,852.4	2,800.1	2,819.0	2,786.2	Colombie-Britannique
27.5	26.4	28.1	27.4	27.5	27.7	Yukon
14.8	14.5	14.8	14.4	14.3	14.6	Nunavut
31.2	31.8	31.5	31.5	31.1	30.2	Territoires du Nord Ouest

Table 6

**Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Historical Estimates)**

	June 2000 Juin	May 2000 Mai	April 2000 Avril	March 2000 Mars	February 2000 Février	January 2000 Janvier	December 1999 Décembre
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Trade Group - Canada</b>							
Supermarkets and grocery stores	4,885.3	4,682.4	4,658.9	4,611.8	4,181.9	4,313.4	5,077.3
All other food stores	390.6	381.0	379.4	354.8	332.6	321.0	473.0
Drugs and patent medicine stores	1,119.8	1,118.6	1,078.7	1,101.3	1,043.4	1,070.6	1,415.9
Shoe stores	143.5	154.8	129.8	116.6	83.3	105.5	178.1
Men's clothing stores	141.8	126.9	110.8	102.1	83.9	98.7	261.0
Women's clothing stores	386.7	408.8	355.9	331.8	264.1	276.1	612.4
Other clothing stores	563.1	554.3	532.8	513.3	394.2	424.8	969.1
Household furniture and appliance stores	993.5	940.1	901.7	912.5	791.8	828.9	1,454.4
Household furnishings stores	234.7	236.1	207.5	214.4	185.6	171.3	281.9
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	7,364.3	7,559.6	6,370.7	6,599.5	4,854.5	4,648.2	5,371.1
Gasoline service stations	1,936.1	1,838.8	1,640.3	1,746.2	1,579.4	1,525.5	1,698.2
Automotive parts, accessories and services	1,405.1	1,482.4	1,195.0	1,201.7	985.7	1,050.7	1,461.4
General merchandise stores	2,539.4	2,525.8	2,361.0	2,223.6	1,886.2	1,929.0	4,147.0
Other semi-durable goods stores	780.2	821.6	632.7	570.0	503.7	537.8	1,064.1
Other durable goods stores	617.7	606.3	526.0	498.1	455.8	485.8	1,127.6
Other retail stores	1,193.0	1,119.3	1,000.0	977.7	837.9	811.2	1,558.8
<b>Total, all stores</b>	<b>24,695.0</b>	<b>24,557.0</b>	<b>22,081.1</b>	<b>22,075.5</b>	<b>18,463.9</b>	<b>18,598.5</b>	<b>27,151.3</b>
<b>Regions</b>							
Newfoundland	414.6	402.9	358.8	357.7	285.5	280.8	435.7
Prince Edward Island	117.4	109.4	94.6	87.6	78.0	75.4	121.2
Nova Scotia	786.5	730.1	670.8	666.9	577.2	552.7	857.9
New Brunswick	628.1	627.8	555.7	552.7	444.5	443.4	683.1
Quebec	5,685.3	5,798.3	5,268.4	5,199.3	4,184.5	4,250.7	5,883.1
Ontario	9,519.7	9,456.3	8,283.3	8,350.0	7,013.7	7,055.5	10,609.3
Manitoba	830.7	820.0	749.4	765.7	648.6	641.8	963.3
Saskatchewan	720.3	709.0	643.0	639.4	548.6	564.5	819.7
Alberta	2,800.7	2,798.0	2,548.9	2,531.7	2,124.4	2,179.4	3,167.7
British Columbia	3,108.0	3,024.8	2,833.7	2,847.3	2,496.7	2,492.4	3,524.4
Yukon	34.0	32.6	27.0	26.9	21.2	21.6	31.3
Nunavut	15.1	15.7	15.7	15.5	13.1	13.0	17.3
Northwest Territories	34.7	31.9	31.8	34.9	28.0	27.3	37.4

Tableau 6

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations historiques)

November 1999 Novembre	October 1999 Octobre	September 1999 Septembre	August 1999 Août	July 1999 Juillet	June 1999 Juin	Year 2000 Année	
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Groupe de commerce - Canada</b>							
4,305.8	4,623.8	4,540.9	4,498.3	4,997.8	4,564.5	27,333.7	Supermarchés d'alimentation et épiceries
348.4	366.3	357.2	358.5	385.9	379.3	2,159.4	Tous les autres magasins d'alimentation
1,116.4	1,115.3	1,090.7	1,089.9	1,099.1	1,086.1	6,532.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
140.1	157.1	139.3	135.6	130.1	140.4	733.5	Magasins de chaussures
156.1	136.4	118.6	109.5	115.0	125.3	664.2	Magasins de vêtements pour hommes
410.9	399.7	374.1	359.2	372.0	372.9	2,023.4	Magasins de vêtements pour femmes
618.0	614.1	585.0	604.5	525.5	502.9	2,982.5	Autres magasins de vêtements
1,045.9	1,010.8	959.8	942.8	944.5	904.3	5,368.5	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
260.7	233.0	219.6	221.8	225.7	218.1	1,249.6	Magasins d'accessoires d'ameublement
5,510.5	5,429.0	6,164.6	5,979.2	6,207.4	6,889.7	37,396.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
1,581.1	1,648.3	1,622.5	1,702.0	1,661.0	1,521.1	10,266.3	Stations-service
1,427.9	1,259.0	1,245.6	1,231.1	1,325.3	1,379.0	7,320.6	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
2,961.3	2,683.1	2,499.0	2,480.5	2,417.6	2,393.5	13,465.0	Magasins de marchandises diverses
762.6	689.4	720.2	755.3	757.3	762.1	3,846.0	Autres magasins de produits semi-durables
557.0	534.0	573.5	613.5	601.7	565.2	3,189.7	Autres magasins de produits durables
1,006.1	1,064.1	1,050.7	1,086.8	1,236.3	1,088.4	5,939.1	Autres magasins de vente au détail
<b>22,208.9</b>	<b>21,963.3</b>	<b>22,261.4</b>	<b>22,168.4</b>	<b>23,002.3</b>	<b>22,892.8</b>	<b>130,471.0</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Régions</b>							
376.5	352.8	354.6	363.2	382.2	379.7	2,100.3	Terre-Neuve
97.7	97.2	101.7	111.1	119.0	108.3	562.4	Île-du-Prince-Édouard
708.8	684.8	680.5	700.8	728.3	732.5	3,984.2	Nouvelle-Écosse
569.5	560.7	559.5	583.9	602.0	591.5	3,252.2	Nouveau-Brunswick
5,042.7	5,081.5	5,158.3	5,122.0	5,407.2	5,384.6	30,386.5	Québec
8,627.0	8,368.3	8,521.3	8,427.0	8,694.1	8,785.4	49,678.5	Ontario
760.2	755.2	775.1	762.7	771.1	771.7	4,456.2	Manitoba
667.2	662.4	651.3	661.6	677.1	673.5	3,824.8	Saskatchewan
2,533.8	2,518.7	2,531.9	2,487.5	2,540.6	2,507.9	14,983.1	Alberta
2,757.6	2,810.8	2,852.2	2,871.4	2,997.8	2,876.9	16,802.9	Colombie-Britannique
25.0	25.1	29.0	31.0	33.8	32.5	163.3	Yukon
14.2	14.8	14.3	14.9	14.7	14.2	88.1	Nunavut
28.5	31.2	31.7	31.3	34.5	34.1	188.6	Territoires du Nord Ouest

Table 7

**Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region  
(Current Periods)**

	Sales Ventes				
	June 2000 Juin	May 2000 Mai	April 2000 Avril	March 2000 Mars	Year-to-date 2000 Cumulatif
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Regions</b>					
Newfoundland	109.0	103.4	99.8	92.4	560.7
Prince Edward Island	32.6	28.8	26.4	24.1	153.2
Nova Scotia	211.8	198.2	193.0	185.8	1,104.2
New Brunswick	161.7	159.5	147.2	141.4	851.5
Quebec	1,717.2	1,701.2	1,541.3	1,425.1	8,888.5
Ontario	3,018.0	3,051.7	2,702.5	2,634.0	16,103.3
Manitoba	229.5	228.3	213.7	209.5	1,236.1
Saskatchewan	214.0	211.9	194.3	187.3	1,148.8
Alberta	817.2	807.6	768.1	747.7	4,445.2
British Columbia	977.6	971.5	920.8	905.8	5,389.2
Yukon	7.1	6.5	5.8	6.2	35.2
Nunavut	11.8	12.3	12.5	12.5	70.1
Northwest Territories	13.3	12.6	11.6	12.0	69.4
<b>Total</b>	<b>7,520.5</b>	<b>7,493.5</b>	<b>6,836.9</b>	<b>6,583.8</b>	<b>40,055.2</b>

Table 8

**Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region  
(Historical Estimates)**

	June 2000 Juin	May 2000 Mai	April 2000 Avril	March 2000 Mars	February 2000 Février	January 2000 Janvier	December 1999 Décembre
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Regions</b>							
Newfoundland	109.0	103.4	99.8	92.4	77.8	78.3	182.8
Prince Edward Island	32.6	28.8	26.4	24.1	21.2	20.1	48.5
Nova Scotia	211.8	198.2	193.0	185.8	160.5	154.9	360.3
New Brunswick	161.7	159.5	147.2	141.4	120.6	121.1	267.6
Quebec	1,717.2	1,701.2	1,541.3	1,425.1	1,199.7	1,304.0	2,305.6
Ontario	3,018.0	3,051.7	2,702.5	2,634.0	2,303.4	2,393.7	4,712.8
Manitoba	229.5	228.3	213.7	209.5	177.2	177.9	374.1
Saskatchewan	214.0	211.9	194.3	187.3	167.6	173.7	332.9
Alberta	817.2	807.6	768.1	747.7	645.1	659.5	1,317.2
British Columbia	977.6	971.5	920.8	905.8	793.3	820.2	1,569.5
Yukon	7.1	6.5	5.8	6.2	4.8	4.8	9.3
Nunavut	11.8	12.3	12.5	12.5	10.5	10.5	14.1
Northwest Territories	13.3	12.6	11.6	12.0	10.3	9.6	16.8
<b>Total</b>	<b>7,520.5</b>	<b>7,493.5</b>	<b>6,836.9</b>	<b>6,583.8</b>	<b>5,692.0</b>	<b>5,928.5</b>	<b>11,511.5</b>



Tableau 7

**Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					
June 2000 Juin	May 2000 Mai	April 2000 Avril	March 2000 Mars	Year-to-date 2000 Cumulatif	
Per cent – Pourcentage					
					<b>Régions</b>
8.6	1.4	8.8	2.9	5.1	Terre-Neuve
5.8	2.5	15.8	6.6	7.2	Île-du-Prince-Édouard
7.2	-0.4	8.3	3.6	4.6	Nouvelle-Écosse
8.0	5.8	6.0	8.0	7.2	Nouveau-Brunswick
8.9	1.4	2.0	8.0	5.0	Québec
5.4	5.6	3.1	7.2	6.0	Ontario
5.7	4.8	1.3	4.2	4.6	Manitoba
5.2	6.2	1.0	4.0	4.8	Saskatchewan
6.4	6.1	7.6	6.4	6.8	Alberta
4.8	3.8	2.4	3.4	3.9	Colombie-Britannique
1.4	12.1	9.4	19.2	11.7	Yukon
3.5	0.8	4.2	9.6	5.7	Nunavut
3.1	6.8	-	5.3	3.7	Territoires du Nord Ouest
<b>6.4</b>	<b>4.2</b>	<b>3.5</b>	<b>6.4</b>	<b>5.5</b>	<b>Total</b>

Tableau 8

**Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)**

November 1999 Novembre	October 1999 Octobre	September 1999 Septembre	August 1999 Août	July 1999 Juillet	June 1999 Juin	Year 2000 Année	
Millions of dollars – Millions de dollars							
							<b>Régions</b>
147.7	119.9	110.3	107.1	103.7	100.4	560.7	Terre-Neuve
33.6	29.8	31.0	36.4	35.9	30.8	153.2	Île-du-Prince-Édouard
261.2	221.3	206.1	215.9	203.6	197.5	1,104.2	Nouvelle-Écosse
198.6	171.0	158.4	162.8	154.7	149.7	851.5	Nouveau-Brunswick
1,665.7	1,668.5	1,569.3	1,580.8	1,611.8	1,576.3	8,888.5	Québec
3,283.3	3,064.5	2,956.4	2,944.4	2,873.6	2,863.6	16,103.3	Ontario
250.8	235.9	222.1	227.4	219.9	217.2	1,236.1	Manitoba
232.5	220.1	200.6	208.4	202.2	203.5	1,148.8	Saskatchewan
888.1	820.9	800.8	819.1	780.3	767.8	4,445.2	Alberta
1,037.5	990.4	994.7	978.7	971.3	932.8	5,389.2	Colombie-Britannique
6.4	6.1	6.7	7.6	7.5	7.0	35.2	Yukon
11.6	12.0	11.7	12.2	11.9	11.4	70.1	Nunavut
12.0	12.5	12.0	11.6	12.0	12.9	69.4	Territoires du Nord Ouest
<b>8,029.1</b>	<b>7,572.8</b>	<b>7,280.0</b>	<b>7,312.5</b>	<b>7,188.6</b>	<b>7,070.9</b>	<b>40,055.2</b>	<b>Total</b>

Table 9

## Retail Sales, Canada, Current and Constant (1992) Dollar Estimates

	Unadjusted Non désaisonnalisé				
	Price Index	Current Dollars	Year to year per cent change Variation en pourcentage pour l'année	Constant 1992 dollars Dollars constants 1992	Year to year per cent change Variation en pourcentage pour l'année
	Indice des prix	Dollars courants			
		Millions \$	%	Millions \$	%
<b>1998</b>					
January	107.6	17,223.5	4.8	16,010.9	3.9
February	107.7	16,271.3	4.2	15,108.5	4.0
March	108.7	18,738.1	6.1	17,240.8	5.6
April	108.6	20,804.2	5.1	19,156.7	5.1
May	108.9	22,336.2	2.9	20,512.7	2.5
June	108.8	21,643.7	4.8	19,884.0	4.1
July	107.8	21,696.9	4.7	20,129.8	4.4
August	107.3	20,608.3	1.9	19,207.8	2.0
September	107.6	20,660.5	5.0	19,193.2	4.7
October	107.6	21,078.5	2.1	19,596.3	2.3
November	107.7	20,716.2	2.6	19,243.8	2.4
December	106.1	24,863.5	1.4	23,430.1	1.7
<b>Year</b>	<b>107.9</b>	<b>246,640.9</b>	<b>3.8</b>	<b>228,714.6</b>	<b>3.6</b>
<b>1999</b>					
January	107.9	17,724.5	2.9	16,422.5	2.6
February	108.2	16,936.5	4.1	15,658.8	3.6
March	110.0	20,169.7	7.6	18,335.5	6.3
April	110.4	21,552.2	3.6	19,522.8	1.9
May	110.4	22,659.2	1.4	20,530.3	0.1
June	110.4	22,892.8	5.8	20,728.0	4.2
July	109.9	23,002.3	6.0	20,933.3	4.0
August	110.0	22,168.4	7.6	20,150.1	4.9
September	110.6	22,261.4	7.7	20,125.9	4.9
October	110.2	21,963.3	4.2	19,933.4	1.7
November	110.1	22,208.9	7.2	20,162.6	4.8
December	108.8	27,151.3	9.2	24,949.9	6.5
<b>Year</b>	<b>109.7</b>	<b>260,690.5</b>	<b>5.6</b>	<b>237,453.1</b>	<b>3.8</b>
<b>2000</b>					
January	110.1	18,598.5	4.9	16,896.6	2.9
February	110.7	18,463.9	9.0	16,677.7	6.5
March	112.4	22,075.5	9.4	19,632.4	7.1
April	111.4	22,081.1	2.5	19,829.6	1.6
May	111.8	24,557.0	8.4	21,965.4	7.0
June	112.3	24,695.0	7.9	21,994.3	6.1
July					
August					
September					
October					
November					
December					
<b>Year</b>					

1. Seasonally adjusted constant (1992) dollar estimates are derived by deflating, with an implicit price index, the seasonally adjusted current dollar estimate.

Tableau 9

## Commerce de détail, Canada, estimations en dollars courants et constants (1992)

Price Index Indice des prix	Current Dollars Dollars courants	Seasonally adjusted Désaisonnalisé		Constant 1992 dollars <sup>1</sup> Dollars constants 1992 <sup>1</sup>	Month to month per cent change Variation en pourcentage pour le mois	
		Month to month per cent change Variation en pourcentage pour le mois				
	Millions \$	%	Millions \$	%		
						<b>1998</b>
107.7	20,053.5	-3.8	18,617.3	-3.1		Janvier
107.5	20,348.0	1.5	18,926.9	1.7		Février
107.5	20,338.8	0.0	18,923.0	0.0		Mars
107.5	20,727.2	1.9	19,274.8	1.9		Avril
107.9	20,690.3	-0.2	19,170.9	-0.5		Mai
108.0	20,455.0	-1.1	18,931.5	-1.2		Juin
107.8	20,625.3	0.8	19,138.1	1.1		Juillet
107.7	20,560.3	-0.3	19,086.2	-0.3		Août
108.0	20,744.9	0.9	19,202.0	0.6		Septembre
107.9	20,578.6	-0.8	19,068.4	-0.7		Octobre
108.1	20,827.8	1.2	19,269.9	1.1		Novembre
107.9	20,691.3	-0.7	19,174.7	-0.5		Décembre
<b>107.8</b>	<b>246,641.0</b>	...	<b>228,783.7</b>	...		<b>Année</b>
						<b>1999</b>
108.2	21,100.2	2.0	19,507.9	1.7		Janvier
108.1	21,231.3	0.6	19,644.7	0.7		Février
108.7	21,397.1	0.8	19,690.2	0.2		Mars
109.3	21,353.8	-0.2	19,536.4	-0.8		Avril
109.4	21,349.1	0.0	19,507.8	-0.1		Mai
109.5	21,538.6	0.9	19,662.6	0.8		Juin
109.9	21,871.9	1.5	19,906.4	1.2		Juillet
110.4	22,157.5	1.3	20,065.2	0.8		Août
110.9	22,207.3	0.2	20,022.4	-0.2		Septembre
110.6	21,911.9	-1.3	19,818.4	-1.0		Octobre
110.6	22,053.9	0.6	19,944.3	0.6		Novembre
111.0	22,518.2	2.1	20,283.4	1.7		Décembre
<b>109.7</b>	<b>260,690.8</b>	...	<b>237,589.7</b>	...		<b>Année</b>
						<b>2000</b>
110.0	22,544.9	0.1	20,503.0	1.1		Janvier
110.3	22,358.9	-0.8	20,275.5	-1.1		Février
111.2	22,839.6	2.1	20,541.9	1.3		Mars
110.4	22,596.0	-1.1	20,460.6	-0.4		Avril
111.0	22,707.8	0.5	20,465.5	0.0		Mai
111.4	22,893.3	0.8	20,548.0	0.4		Juin
						Juillet
						Août
						Septembre
						Octobre
						Novembre
						Décembre
						<b>Année</b>

1. La désaisonnalisation des estimations en dollars constants (1992) s'obtient en dégonflant avec un indice implicite, les données désaisonnalisées en dollars courants.





## APPENDIX I

### Definitions

**Retail Trade**, for the purpose of this publication, is defined as "the aggregate sales made through retail locations (outlets)".

A **retail location**, as defined by Statistics Canada, is a "business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public, for household or personal consumption". Retail trade estimates do **not** include any form of direct selling which bypasses the retail store, e.g., direct door-to-door selling; sales made through automatic vending machines; sales of newspapers or magazines sold directly by printers or publishers; and sales made by book and record clubs. The only exception is the mail-order and catalogue sales activities of department store businesses which have been classified to the "general merchandise store" category. In addition, retail trade excludes retail sales through ancillary units, (e.g., warehouses, head offices, etc.), sales of contractors whose major activity is not retailing; and retail transactions between individuals.

**Total net sales** include sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, food serving and other service activities, **less** returns, adjustments and discounts. Total net sales also include trade-in allowances, commissions earned from sales of goods owned by others (including commissions received for lottery ticket sales) and proprietor's withdrawals of goods for personal use (at retail). Non-operating revenues, bad debts recovered and sales taxes (provincial sales taxes, the Goods and Services Tax (GST) and the Harmonized Sales Tax (HST)) collected for remittance to a government agency are excluded. Prior to January 1991, sales data included the Federal Sales Tax (FST). Due to this change in indirect taxes, data prior to 1991 are not strictly comparable with those of subsequent years. For users interested in deriving comparable data, an estimate of the amount of FST included in retail sales for 1990 is available for Canada from the Retail Trade Section. The reliability of this estimate does not permit adjustments at the provincial level.

**Department store type merchandise (DSTM)** is defined as total retail trade minus the following trade groups: super-markets and grocery stores; all other food stores; recreational and motor vehicle dealers; gasoline service stations; automotive parts, accessories and services; and all other retail stores (includes liquor, wine and beer stores and retail stores, n.e.c.).

## ANNEXE I

### Définitions

**Commerce de détail** signifie, pour les besoins de la présente publication, « l'ensemble des ventes effectuées par des points de vente au détail ».

Un **point de vente au détail**, suivant la définition de Statistique Canada, est un « local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et de services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle ». Les estimations relatives au commerce de détail **ne prennent pas** en compte les ventes directes, c'est-à-dire les ventes qui ne sont pas effectuées par l'intermédiaire d'un point de vente au détail, par exemple les ventes directes par démarchage, les ventes par distributeur automatique, les ventes de journaux ou de revues effectuées directement par les imprimeurs et les éditeurs, et les ventes effectuées par les clubs de livres et les clubs de disques. Il n'y a qu'une exception: les ventes des grands magasins effectuées par la poste ou par catalogue, qui sont classées dans la catégorie des « magasins de marchandises diverses ». En outre, le commerce de détail ne comprend pas les ventes au détail des unités auxiliaires (par exemple, entrepôts, sièges sociaux, etc.), ni les ventes des entrepreneurs dont l'activité principale ne relève pas du commerce de détail, ni les opérations de vente au détail entre particuliers.

**Les ventes nettes totales** comprennent les ventes de marchandises neuves et d'occasion et les recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres activités de services, **moins** la valeur des rendus (marchandises retournées), les ajustements et les rabais. Les ventes totales nettes comprennent également la valeur des reprises, les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui (y compris les commissions touchées pour la vente de billets de loterie) et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel. On ne prend pas en compte les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente (les taxes de vente provinciale, la taxe sur les produits et les services (TPS) et la taxe de vente harmonisée (TVH)) perçues pour le compte d'un organisme public. Les données sur les ventes antérieures à janvier 1991 incluent la taxe de vente fédérale (TVF). Dû à ce changement dans les taxes indirectes, les données avant 1991 ne sont pas tout à fait comparables avec celles des années subséquentes. Pour les utilisateurs intéressés à calculer des données comparables, une estimation du montant de la TVF inclus dans les ventes au détail pour 1990 est disponible pour le Canada auprès de la Section du commerce de détail. Cette estimation n'est pas suffisamment fiable pour permettre des ajustements au niveau provincial.

**Les marchandises du genre de celles vendues dans les grands magasins (MGGM)** correspondent au total du commerce de détail moins les groupes de commerce suivants: les supermarchés d'alimentation et les épiceries; tous les autres magasins d'alimentation; les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs; les stations-service; les magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services; et les autres magasins de vente au détail (comprend les magasins de spiritueux, de vin et de bière et les magasins de vente au détail, n.e.c.).

## APPENDIX II

## Trade Group Coverage

**010 Supermarkets and Grocery Stores**

- 6011 Supermarkets  
6012 Grocery stores(except supermarkets)

**020 All Other Food Stores**

- 6013 Bakery products stores  
6014 Candy and nut stores  
6015 Fruit and vegetable stores  
6016 Meat markets  
6019 Other specialty food stores, n.e.c.

**030 Drugs and Patent Medicine Stores**

- 6031 Pharmacies  
6032 Patent medicine and toiletries stores

**040 Shoe Stores**

- 6111 Shoe stores

**050 Men's Clothing Stores**

- 6121 Men's clothing stores

**060 Women's Clothing Stores**

- 6131 Women's clothing stores

**070 Other Clothing Stores**

- 6141 Children's clothing stores  
6142 Fur goods stores  
6149 Other clothing stores, n.e.c.  
6151 Fabric and yarn stores

**080 Household Furniture and Appliance Stores**

- 6211 Household furniture stores (with appliances and furnishings)  
6212 Household furniture stores (without appliances and furnishings)  
6213 Furniture refinishing and repair shops  
6221 Appliance, television, radio and stereo stores  
6222 Television, radio and stereo stores  
6223 Appliance, television, radio and stereo repair shops

**090 Household Furnishings Stores**

- 6231 Floor covering stores  
6232 Drapery stores  
6239 Other household furnishings stores

## ANNEXE II

## Couverture des groupes de commerce

**010 Supermarchés d'alimentation et épiceries**

- 6011 Supermarchés d'alimentation  
6012 Épiceries (sauf les supermarchés)

**020 Tous les autres magasins d'alimentation**

- 6013 Boulangeries-pâtisseries  
6014 Confiseries et magasins de noix  
6015 Magasins de fruits et légumes  
6016 Marchés de viande  
6019 Autres magasins d'alimentation spécialisés, n.c.a.

**030 Pharmacies et magasins de médicaments brevetés**

- 6031 Pharmacies  
6032 Magasins de médicaments brevetés et de produits de toilette

**040 Magasins de chaussures**

- 6111 Magasins de chaussures

**050 Magasins de vêtements pour hommes**

- 6121 Magasins de vêtements pour hommes

**060 Magasins de vêtements pour dames**

- 6131 Magasins de vêtements pour dames

**070 Autres magasins de vêtements**

- 6141 Magasins de vêtements pour enfants  
6142 Magasins de fourrures  
6149 Autres magasins de vêtements, n.c.a.  
6151 Magasins de tissus et de filés

**080 Magasins de meubles et d'appareils ménagers**

- 6211 Magasins de meubles de maison (avec appareils ménagers et accessoires d'ameublement)  
6212 Magasins de meubles de maison (sans appareils ménagers ni accessoires d'ameublement)  
6213 Ateliers de réparation de meubles  
6221 Magasins d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques  
6222 Magasins de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques  
6223 Ateliers de réparation d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques

**090 Magasins d'accessoires d'ameublement**

- 6231 Magasins de revêtements de sol  
6232 Magasins de tentures  
6239 Autres magasins d'accessoires d'ameublement

**100 Motor and Recreational Vehicle Dealers**

6311	Automobile (new) dealers
6312	Automobile (used) dealers
6321	Motor home and travel trailer dealers
6322	Boats, outboard motors and boating accessories dealers
6323	Motorcycle and snowmobile dealers
6329	Other recreational vehicle dealers

**110 Gasoline Service Stations**

6331	Gasoline service stations
------	---------------------------

**120 Automotive Parts, Accessories and Services**

6341	Home and auto supply stores
6342	Tire, battery, parts and accessories stores
6351	Garages (general repairs)
6352	Paint and body repair shops
6353	Muffler replacement shops
6354	Motor vehicle glass replacement shops
6355	Motor vehicle transmission repair and replacement shops
6359	Other motor vehicle repair shops
6391	Car washes
6399	Other motor vehicle services, n.e.c.

**130 General Merchandise Stores**

6411	Department stores
6412	General stores
6413	Other general merchandise stores (variety and general merchandise stores)

**140 Other Semi-Durable Goods Stores**

6511	Book and stationery stores
6521	Florist shops
6522	Lawn and garden centres
6531	Hardware stores
6532	Paint, glass and wallpaper stores
6581	Toy and hobby stores
6582	Gift, novelty and souvenir stores

**150 Other Durable Goods Stores**

6541	Sporting goods stores
6542	Bicycle shops
6551	Musical instrument stores
6552	Record and tape stores
6561	Jewellery stores
6562	Watch and jewellery repair shops
6571	Camera and photographic supply stores

**100 Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs**

6311	Concessionnaires d'automobiles neuves
6312	Concessionnaires d'automobiles d'occasion
6321	Marchands de roulottes motorisées et de roulottes de voyage
6322	Marchands de bateaux, de moteurs hors-bord et d'accessoires pour bateaux
6323	Marchands de motocyclettes et de motoneiges
6329	Autres marchands de véhicules de loisir

**110 Stations-service**

6331	Stations-service
------	------------------

**120 Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services**

6341	Magasins de fournitures pour la maison et pour l'automobile
6342	Magasins de pneus, d'accumulateurs, de pièces et d'accessoires
6351	Garages (réparations générales)
6352	Ateliers de peinture et de carrosserie
6353	Ateliers de remplacement de silencieux
6354	Ateliers de remplacement de glaces pour véhicules automobiles
6355	Ateliers de réparation et de remplacement de boîtes de vitesse de véhicules automobiles
6359	Autres ateliers de réparation de véhicules automobiles
6391	Lave-autos
6399	Autres services pour véhicules automobiles, n.c.a.

**130 Magasins de marchandises diverses**

6411	Magasins à rayons
6412	Magasins généraux
6413	Autres magasins de marchandises diverses (bazars et magasins de marchandises diverses)

**140 Autres magasins de produits semi-durables**

6511	Librairies et papeteries
6521	Fleuristes
6522	Centres de jardinage
6531	Quincailleries
6532	Magasins de peinture, de vitre et de papier peint
6581	Magasins de jouets et d'articles de loisir
6582	Magasins de cadeaux, d'articles de fantaisie et de souvenirs

**150 Autres magasins de produits durables**

6541	Magasins d'articles de sport
6542	Magasins de bicyclettes
6551	Magasins d'instruments de musique
6552	Magasins de disques et de bandes magnétiques
6561	Bijouteries
6562	Ateliers de réparation de montres et de bijoux
6571	Magasins d'appareils et de fournitures photographiques

**160 Other Retail Stores**

6021	Liquor stores
6022	Wine stores
6023	Beer stores
6591	Second-hand merchandise stores, n.e.c.
6592	Opticians' shops
6593	Art galleries and artists' supply stores
6594	Luggage and leather goods stores
6595	Monument and tombstone dealers
6596	Pet stores
6597	Coin and stamp dealers
6598	Mobile home dealers
6599	Other retail stores, n.e.c.

**160 Autres magasins de vente au détail**

6021	Magasins de spiritueux
6022	Magasins de vin
6023	Magasins de bière
6591	Magasins de marchandises d'occasion, n.c.a.
6592	Opticiens
6593	Galleries d'art et magasins de fournitures pour artistes
6594	Magasins de bagages et de maroquinerie
6595	Magasins de monuments funéraires et de pierres tombales
6596	Magasins d'animaux de maison
6597	Marchands de pièces de monnaie et de timbres
6598	Marchands de maisons mobiles
6599	Autres magasins de vente au détail, n.c.a.





# ORDER FORM

Statistics Canada

## TO ORDER:



MAIL

Statistics Canada  
Dissemination Division  
Circulation Management  
120 Parkdale Avenue  
Ottawa, Ontario  
K1A 0T6 Canada



PHONE  
1 800 267-6677  
(613) 951-7277



FAX  
1 877 287-4369  
(613) 951-1584



E-MAIL: [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca)

(Please print)



1 800 363-7629  
Telecommunication Device  
for the Hearing Impaired

Company

Department

Attention

Title

Address

City

Province

( )

( )

Postal Code

Phone

Fax

E-mail Address:

Your personal information is protected by the *Privacy Act*.<sup>\*\*</sup>

## METHOD OF PAYMENT:

(Check only one)



Please charge my:



VISA



MasterCard

Card Number

Expiry Date

Cardholder (please print)

Signature



Payment enclosed \$

(payable to the Receiver General for Canada)



Purchase  
Order Number  
(please enclose)

Authorized Signature

Catalogue Number	Title	Date of issue(s) or indicate an "S" for subscription(s)	Price (All prices exclude sales tax)	*Shipping Charges (Applicable to shipments sent outside Canada)	Quantity	Total \$
▶ *Shipping charges: No shipping charges for delivery in Canada. For shipments to the United States, please add \$6 per issue or item ordered. For shipments to other countries, please add \$10 per issue or item ordered. Annual frequency = 1. Quarterly frequency = 4. Monthly frequency = 12.				SUBTOTAL		
▶ Canadian clients add either 7% GST and applicable PST or HST (GST Registration No. R121491807).				GST (7%)		
▶ Clients outside Canada pay in Canadian dollars drawn on a Canadian bank or pay in equivalent US dollars, converted at the prevailing daily exchange rate, drawn on a US bank.				Applicable PST		
▶ Statistics Canada is FIS-ready. Federal government departments and agencies must include with all orders their IS Organization Code _____ and IS Reference Code _____.				Applicable HST (N.S., N.B., Nfld.)		
▶ ** Statistics Canada will only use your information to complete this sales transaction, deliver your product(s), and administer your account. From time to time, we may also offer you other Statistics Canada products and services and conduct market research. If you do not wish to be contacted again for promotional purposes <input type="checkbox"/> and/or market research, <input type="checkbox"/> check as appropriate and fax or mail this page to us, call 1 800 700-1033 or e-mail <a href="mailto:order@statcan.ca">order@statcan.ca</a> .				GRAND TOTAL		
PF099000						

## THANK YOU FOR YOUR ORDER!



Statistics  
Canada

Statistique  
Canada

[www.statcan.ca](http://www.statcan.ca)

Canada



(Veuillez écrire en majuscules)

Courriel :

**Vos renseignements personnels sont protégés par la Loi sur la protection des renseignements personnels.\*\***

(Cochez une seule case)

☐ Veuillez débiter mon compte ☐ VISA ☐ MasterCard

Détenteur de carte (en majuscules s.v.p.)

Signature \_\_\_\_\_

☐ Paiement inclus \$ \_\_\_\_\_  
(à l'ordre du Receveur général du Canada)

☐ N° du bon  
de commande \_\_\_\_\_  
(veuillez joindre le bon)

Signature de la personne autorisée



## MERCI DE VOTRE COMMANDE!



# Perspectives on Labour and Income

## Crucial to leading decision makers

The current emphasis on information resonates loudly in the workplace.

**Perspectives on Labour and Income** meets your need for accurate, timely and comprehensive information. The bottom line? You get vital data and analysis on the workplace and related issues facing contemporary Canada!

### Your springboard to success

Each analytical article in this quarterly journal has clear charts, tables and summaries.

**Perspectives** reveals the latest labour and demographic statistics – essential to

- ▶ determine how attitudes toward retirement influence investment decisions
- ▶ evaluate the effect of wage trends on union bargaining
- ▶ forecast the effect of employment on the demand for goods and services or social programs
- ▶ compare your organization within your industry
- ▶ develop labour market studies
- ▶ ... and much more!

### One easy decision: Subscribe today!

When you invest in this Statistics Canada journal, you're investing in your future. **Perspectives on Labour and Income** (cat. no. 75-001-XPE) costs \$58. In Canada, please add either GST and applicable PST or HST. Shipping charges: No shipping charges for delivery in Canada. For shipments to the United States, please add \$24. For shipments to other countries, please add \$40.

To subscribe:

CALL toll free 1 800 267-6677 FAX 1 877 287-4369

WRITE to Statistics Canada, Circulation Management,  
Dissemination Division, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario,  
K1A 0T6, Canada

Order via E-MAIL at [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca)

Or CONTACT your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre listed in this publication.

# L'emploi et le revenu en perspective

## Un outil essentiel pour les décideurs

De nos jours, on attache beaucoup d'importance à

l'information en milieu de travail. La revue **L'emploi et le revenu en perspective** répond à vos besoins pour des renseignements qui sont à

la fois précis, actuels et complets. Vous disposerez alors de données essentielles et d'analyses sur le milieu du travail et sur d'autres défis auxquels le Canada est confronté!

### Le tremplin à votre succès

Les articles analytiques de cette revue trimestrielle comportent des graphiques, des tableaux et des sommaires conçus de façon à présenter clairement les statistiques sur le

marché du travail et les statistiques démographiques qui sont essentielles pour :

- ▶ déterminer dans quelle mesure les attitudes à l'égard de la retraite influent sur les décisions en matière de placements
- ▶ évaluer l'effet des tendances salariales sur les négociations syndicales
- ▶ faire des prévisions relatives à l'incidence de l'emploi sur la demande de biens et de services ou sur les programmes sociaux
- ▶ comparer votre organisation à votre secteur d'activité dans son ensemble
- ▶ effectuer des études sur le marché du travail
- ▶ ... et bien plus encore!

### Une décision facile à prendre : c'est de vous abonner dès maintenant!

En investissant dans cette revue de Statistique Canada, vous investissez aussi dans votre avenir. **L'emploi et le revenu en perspective** (n° 75-001-XPF au catalogue) se vend 58 \$. Au Canada, veuillez ajouter soit la TPS et la TVP en vigueur, soit la TVH. Frais de port : Aucuns frais pour les envois au Canada. Pour les envois à destination des États-Unis, veuillez ajouter 24 \$. Pour les envois à destination des autres pays, veuillez ajouter 40 \$.

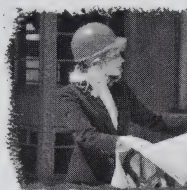
Pour vous abonner :

TÉLÉPHONEZ sans frais au 1 800 267-6677 TÉLÉCOPIEZ au 1 877 287-4369

ÉCRIREZ à Statistique Canada, Gestion de la circulation, Division de la diffusion,  
120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario), K1A 0T6, Canada

Commandez par COURRIEL à [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca)

Ou COMMUNIQUEZ avec le Centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous mentionné dans la présente publication.





Build on the range and depth of  
your knowledge and experience

# Put the power of Inter-Corporate Ownership 1998 to work for you!

W

hen you're working to stay on top of the volatile business environment, and dealing with increased client expectations and escalating competition, you know success boils down to one thing: Performance. *Inter-Corporate Ownership 1998* helps you meet your standards of excellence by providing you with accurate, timely and comprehensive business ownership information, while saving you valuable research time. Use this definitive guide to learn at a glance who owns and controls which companies, where their head offices are located, how they fit into the corporate hierarchy, and much more.

## Knowledge = Power

*Inter-Corporate Ownership 1998* provides you with value-added features you simply cannot get anywhere else, including:

- ▶ 89,000 comprehensive company listings, with approximately 11,000 foreign parent companies
- ▶ tens of thousands more listings than any comparable resource
- ▶ meticulously organized data, fully indexed for quick searches and easy cross referencing
- ▶ a choice of formats to better meet your particular information needs:
  - ★ CD-ROM
  - ★ hard-cover book

An indispensable resource for lawyers, analysts, investors, lobbyists, researchers and corporate executives, *Inter-Corporate Ownership 1998* will help you to:

- ▶ identify corporate pyramids and explore investment opportunities
- ▶ pinpoint marketing opportunities and target the right decision makers
- ▶ locate potential customers and learn about competitors
- ▶ trace changes in foreign control and uncover export opportunities
- ▶ fulfill due diligence requirements

Research business ownership questions more quickly, reliably and easily with *Inter-Corporate Ownership 1998*. Put its powerful contents to work for you!

**Special offers on combination of ICO 98 Book & CD-ROM also available!**  
**Call 1 800 263-1136 for details.**

Product	Price *	United States (Shipping)	Other Countries (Shipping)
<b>Book</b> (Cat. No. 61-517-XPB)	\$350	Add \$6	Add \$10
<b>CD-ROM</b> (Cat. No. 61-517-XCB)			
single quarterly issue	\$350	Add \$6	Add \$10
annual subscription	\$995	Add \$24	Add \$40

\* In Canada, please add either GST and applicable PST or HST. No shipping charges for delivery in Canada.



To order: **CALL** toll-free at 1 800 267-6677, **FAX** your VISA, MasterCard order to 1 877 287-4369 or **MAIL** your order to Statistics Canada, Dissemination Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6, Canada. Or contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre listed in this publication. You may also order via **E-MAIL**: [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca). For brief queries on individual company listings, contact an account executive at one of the regional reference centres listed in this publication.

Soyez à la fine pointe de votre  
savoir-faire et de votre expérience

# Tirez profit de Liens de parenté entre sociétés 1998

P

our demeurer compétitif dans le monde changeant des affaires, pour faire face à l'augmentation des attentes des clients et à l'escalade de la concurrence, vous savez que le succès se résume en un seul mot: Rendement. *Liens de parenté entre sociétés 1998* vous aide à atteindre vos normes d'excellence en vous fournissant des renseignements exacts, actuels et complets sur les sociétés, tout en vous épargnant du temps précieux de recherche. C'est un guide complet pour connaître, d'un coup d'oeil, qui possède et contrôle quelles sociétés, où se trouvent leurs sièges sociaux, comment ces sociétés s'imbriquent dans la hiérarchie globale et bien d'autres renseignements.

## Savoir-faire = Pouvoir

*Liens de parenté entre sociétés 1998* vous procure des caractéristiques à valeur ajoutée que vous ne pouvez tout simplement pas retrouver ailleurs, y compris :

- ▶ 89 000 inscriptions détaillées, dont celles d'environ 11 000 sociétés-mères étrangères
- ▶ des dizaines de milliers d'inscriptions de plus que toute source comparable
- ▶ des données rassemblées avec précision, entièrement indexées pour des recherches rapides et des renvois faciles
- ▶ un choix de formats pour mieux satisfaire vos besoins particuliers :
  - ★ CD-ROM
  - ★ livre relié

Une source indispensable pour les juristes, les analystes, les investisseurs, les lobbyistes, les chercheurs et les chefs d'entreprises, *Liens de parenté entre sociétés 1998* vous aide à :

- ▶ identifier les hiérarchies des sociétés et à explorer des possibilités d'investissements
- ▶ pointer les possibilités de marketing et à cibler les vrais décideurs
- ▶ reconnaître des clients potentiels et à connaître vos concurrents
- ▶ suivre les changements de propriété à l'étranger et à découvrir des débouchés à l'exportation
- ▶ répondre à des exigences de «célérité raisonnable»

*Liens de parenté entre sociétés 1998* répond plus rapidement, plus adéquatement et plus facilement aux questions sur les différentes sociétés. Mettez son incroyable contenu à votre service!

**Offres spéciales sur l'ensemble livre et CD-ROM de LPS 1998 aussi disponibles! Composez le 1 800 263-1136 pour plus de renseignements.**

Produit	Prix *	États-Unis (Frais de port)	Autres pays (Frais de port)
<b>Livre</b> (N° 61-517-XPB au cat.)	350 \$	Ajouter 6 \$	Ajouter 10 \$
<b>CD-ROM</b> (N° 61-517-XCB au cat.)			
un numéro trimestriel	350 \$	Ajouter 6 \$	Ajouter 10 \$
un abonnement annuel	995 \$	Ajouter 24 \$	Ajouter 40 \$

\* Au Canada, veuillez ajouter soit la TPS et la TVP en vigueur, soit la TVA. Aucuns frais pour les envois au Canada.



Pour commander, **TÉLÉPHONEZ** sans frais au 1 800 267-6677, **TÉLÉCOPIEZ** vos commandes par VISA ou MasterCard au 1 877 287-4369 ou **POSTEZ** votre commande à Statistique Canada, Division de la diffusion, Gestion de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6, Canada. Ou communiquez avec votre Centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous mentionné dans la présente publication. Vous pouvez aussi commander par **COURRIEL** à : [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca). Pour de brèves interrogations sur des entreprises individuelles, communiquez avec une des personnes-ressources à un des centres de consultation inscrits dans la présente publication.





Catalogue no. 63-005-XPB

# Retail Trade

July 2000

N° 63-005-XPB au catalogue

# Commerce de détail

Juillet 2000

Government  
Publications



Statistics  
Canada

Statistique  
Canada

Canada

## How to obtain more information

Specific inquiries about this product and related statistics or services should be directed to: Marketing and Client Services Section, Distributive Trades Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (telephone: (613) 951-3549) or toll free at 1 877 421-3067).

For information on the wide range of data available from Statistics Canada, you can contact us by calling one of our toll-free numbers. You can also contact us by e-mail or by visiting our Web site.

National inquiries line	1 800 263-1136
National telecommunications device for the hearing impaired	1 800 363-7629
Depository Services Program inquiries	1 800 700-1033
Fax line for Depository Services Program	1 800 889-9734
E-mail inquiries	infostats@statcan.ca
Web site	www.statcan.ca

## Ordering and subscription information

This product, Catalogue no. 63-005-XPB, is published monthly as a standard printed publication at a price of CDN \$21.00 per issue and CDN \$206.00 for a one-year subscription. The following additional shipping charges apply for delivery outside Canada:

	Single issue	Annual subscription
United States	CDN \$ 6.00	CDN \$72.00
Other countries	CDN \$ 10.00	CDN \$120.00

This product is also available in electronic format on the Statistics Canada Internet site as Catalogue no. 63-005-XIB at a price of CDN \$16.00 per issue and CDN \$155.00 for a one-year subscription. To obtain single issues or to subscribe, visit our Web site at [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca), and select Products and Services.

All prices exclude sales taxes.

The printed version of this publication can be ordered by

- Phone (Canada and United States) **1 800 267-6677**
- Fax (Canada and United States) **1 877 287-4369**
- E-mail **order@statcan.ca**
- Mail Statistics Canada  
Dissemination Division  
Circulation Management  
120 Parkdale Avenue  
Ottawa, Ontario K1A 0T6
- And, in person at the Statistics Canada Reference Centre nearest you, or from authorised agents and bookstores.

When notifying us of a change in your address, please provide both old and new addresses.

## Standards of service to the public

Statistics Canada is committed to serving its clients in a prompt, reliable and courteous manner and in the official language of their choice. To this end, the Agency has developed standards of service which its employees observe in serving its clients. To obtain a copy of these service standards, please contact Statistics Canada toll free at 1 800 263-1136.

## Comment obtenir d'autres renseignements

Toute demande de renseignements au sujet du présent produit ou au sujet de statistiques ou de services connexes doit être adressée à : Section du marketing et service à la clientèle, Division de la statistique du commerce, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (téléphone : (613) 951-951-3549) ou sans frais au 1 877 421-3067.

Pour obtenir des renseignements sur l'ensemble des données de Statistique Canada qui sont disponibles, veuillez composer l'un des numéros sans frais suivants. Vous pouvez également communiquer avec nous par courriel ou visiter notre site Web.

Service national de renseignements	1 800 263-1136
Service national d'appareils de télécommunications pour les malentendants	1 800 363-7629
Renseignements concernant le Programme des bibliothèques de dépôt	1 800 700-1033
Télécopieur pour le Programme des bibliothèques de dépôt	1 800 889-9734
Renseignements par courriel	infostats@statcan.ca
Site Web	www.statcan.ca

## Renseignements sur les commandes et les abonnements

Le produit n° 63-005-XPB au catalogue est publié mensuellement en version imprimée standard et est offert au prix de 21 \$ CA l'exemplaire et de 206 \$ CA pour un abonnement annuel. Les frais de livraison supplémentaires suivants s'appliquent aux envois à l'extérieur du Canada :

	Exemplaire	Abonnement annuel
États-Unis	6 \$ CA	72 \$ CA
Autres pays	10 \$ CA	120 \$ CA

Ce produit est aussi disponible sous forme électronique dans le site Internet de Statistique Canada, sous le n° 63-005-XIB au catalogue, et est offert au prix de 16 \$ CA l'exemplaire et de 155 \$ CA pour un abonnement annuel. Les utilisateurs peuvent obtenir des exemplaires ou s'abonner en visitant notre site Web à [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca) et en choisissant la rubrique Produits et services.

Les prix ne comprennent pas les taxes de ventes.

La version imprimée peut être commandée par

- Téléphone (Canada et États-Unis) **1 800 267-6677**
- Télécopieur (Canada et États-Unis) **1 877 287-4369**
- Courriel **order@statcan.ca**
- Poste Statistique Canada  
Division de la diffusion  
Gestion de la circulation  
120, avenue Parkdale  
Ottawa (Ontario) K1A 0T6
- En personne au bureau régional de Statistique Canada le plus près de votre localité ou auprès des agents et librairies autorisés.

Lorsque vous signalez un changement d'adresse, veuillez nous fournir l'ancienne et la nouvelle adresse.

## Normes de service à la clientèle

Statistique Canada s'engage à fournir à ses clients des services rapides, fiables et courtois, et ce, dans la langue officielle de leur choix. À cet égard, notre organisme s'est doté de normes de service à la clientèle qui doivent être observées par les employés lorsqu'ils offrent des services à la clientèle. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec Statistique Canada au numéro sans frais 1 800 263-1136.



Statistics Canada  
Distributive Trades Division  
Retail Financial Section

# Retail Trade

July 2000

Statistique Canada

Division de la statistique du commerce  
Section du commerce de détails financiers

# Commerce de détail

Juillet 2000

Published by authority of the Minister  
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 2000

All rights reserved. No part of this publication  
may be reproduced, stored in a retrieval system or  
transmitted in any form or by any means, electronic,  
mechanical, photocopying, recording or otherwise  
without prior written permission from Licence  
Services, Marketing Division, Statistics Canada,  
Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

September 2000

Catalogue no. 63-005-XPB, Vol. 72, No. 7  
ISSN 0380-6146

Frequency: Monthly

Catalogue no. 63-005-XIB, Vol. 72, No. 7  
ISSN 1488-0008

Ottawa

## Note of appreciation

*Canada owes the success of its statistical system  
to a long-standing partnership between Statistics  
Canada, the citizens of Canada, its businesses,  
governments and other institutions. Accurate and  
timely statistical information could not be produced  
without their continued cooperation and goodwill.*

Publication autorisée par le ministre  
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 2000

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire  
ou de transmettre le contenu de la présente publication,  
sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit,  
enregistrement sur support magnétique, reproduction  
électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou  
de l'emmagasiner dans un système de recouvrement,  
sans l'autorisation écrite préalable des Services de  
concession des droits de licence, Division du  
marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario,  
Canada K1A 0T6.

Septembre 2000

N° 63-005-XPB au catalogue, vol. 72, n° 7  
ISSN 0380-6146

Périodicité : mensuelle

N° 63-005-XIB au catalogue, vol. 72, n° 7  
ISSN 1488-0008

Ottawa

## Note de reconnaissance

*Le succès du système statistique du Canada repose  
sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada  
et la population, les entreprises, les administrations  
canadiennes et les autres organismes. Sans cette  
collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible  
de produire des statistiques précises et actuelles.*

## Symbols

The following standard symbols are used in this Statistics Canada publication:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

## NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

## A NOTE ON CANSIM

All current and historical statistics on Retail Trade (Matrix Nos. 2299, 2397-2416 and 2418-2420), as well as many other series are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian – Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printout, or in machine readable form. For further information, contact the Cansim staff or Dissemination Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (telephone (613) 951-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- **F. Maranda**, Director, Distributive Trades Division
- **R. Lussier**, Assistant Director, Distributive Trades Division
- **B. Meyer**, Chief, Retail Financial Section, Distributive Trades Division
- **P. Gratton**, Senior Economist, Retail Financial Section, Distributive Trades Division

## Signes conventionnels

Les signes conventionnels suivants sont employés uniformément dans cette publication de Statistique Canada :

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

## NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

## NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système Canadien d'information socio-économique) fournit au public toutes les statistiques actuelles et historiques sur le Commerce de détail (matrice nos 2299, 2397-2416 et 2418-2420), et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports ordinolingués. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de CANSIM de la Division de la diffusion, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone (613) 951-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de :

- **F. Maranda**, directeur, Division de la statistique du commerce
- **R. Lussier**, directeur adjoint, Division de la statistique du commerce
- **B. Meyer**, chef, section du commerce de détails financiers, Division de la statistique du commerce
- **P. Gratton**, économiste principal, Section du commerce de détails financiers, Division de la statistique du commerce

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences - Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 - 1984.



Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'American National Standard for Information Sciences "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 1984.





**TABLE OF CONTENTS**

Highlights	PAGE
Charts	v
For Further Reading	vii
	ix

**Table**

1. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	2
2. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	4
3. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)	6
4. Retail Trade Sample Response Fraction and Coefficient of Variation (Current Periods)	22
5. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	24
6. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	26
7. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Current Periods)	28
8. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Historical Estimates)	28
9. Retail Sales, Current and Constant (1992) Dollar Estimates	30

**Appendix**

I. Definitions	33
II. Trade Group Coverage	34

**TABLE DES MATIÈRES**

Faits saillants	PAGE
Graphiques	v
Lectures suggérées	vii
	ix

**Tableau**

1. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	2
2. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	4
3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)	6
4. Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation (périodes courantes)	22
5. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	24
6. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	26
7. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)	28
8. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)	28
9. Ventes au détail, estimations en dollars courants et constants (1992)	30

**Appendice**

I. Définitions	33
II. Couverture des groupes de commerce	34

## Note to users

Monthly estimates (unadjusted data) for four metropolitan areas (Montreal, Toronto, Winnipeg and Vancouver) can be tabulated by trade group and are available for purchase. For information on metropolitan area estimates, contact the Marketing and Client Services Section at (613) 951-3549 or toll free at 1 877 421-3067.

Users interested in acquiring further information relating to the methodology, seasonal adjustment and data reliability of this survey may consult the February 2000 issue (containing revisions to the previous year) of this publication or contact the Marketing and Client Services Section.

## Notes aux utilisateurs

Les estimations mensuelles (non désaisonnalisées) pour les quatre régions métropolitaines (Montréal, Toronto, Winnipeg et Vancouver) par groupe de commerce sont disponibles pour achat. Pour plus de renseignements sur les régions métropolitaines, communiquez avec la Section du marketing et services à la clientèle au (613) 951-3549 ou sans frais au 1 877 421-3067.

Les utilisateurs qui sont intéressés d'obtenir plus de renseignements concernant la méthodologie, la désaisonnalisation et la fiabilité des données de cette enquête peuvent consulter le numéro de février 2000, de cette publication (incluant les révisions de l'année précédente) ou communiquer avec la Section du marketing et services à la clientèle.

## Highlights

Retail sales advanced for a third consecutive month in July to \$23.3 billion, up 1.3% from June. This followed gains of 1.1% in June and 0.6% in May. In constant dollars, retail sales were up 1.4% in July compared with June. Lower prices for motor vehicles in July partly offset the higher prices observed in most of the remaining retail sectors.

Retail sales have gained considerable strength over May, June and July. Despite a weaker performance at the beginning of 2000, retailers have generally seen strong sales since the fall of 1998, following a period of smaller gains in the spring and summer of that year.

### Widespread strength in retail sales

All retail sectors contributed to the July increase in sales; the strongest gains were in the furniture, general merchandise and automotive sectors.

Left behind in June (-0.8%), furniture stores bounced back in July, gaining 2.0% to resume the strong upward movement in the furniture sector that began in the spring of 1996. Furniture and household appliances account for approximately 40% of all sales in the furniture sector, and home electronics and computers another 30%.

Sales in general merchandise stores advanced for a fourth consecutive month in July, up 1.9% from June. Within this sector, sales in both department stores (+2.7%) and other general merchandise stores (+0.9%) rose in July. Department store sales have advanced strongly since early spring, after a period of decline that began in September 1999. At that time, the number of department stores decreased as a result of the restructuring in the industry. Sales in other general merchandise stores have generally been rising since early 1997.

Retailers in the automotive sector (+1.7%) posted their third consecutive monthly gain in sales in July. Sales by motor and recreational vehicle dealers, by far the largest component of the automotive sector, advanced 1.9%. These dealers saw volatile results in the first four months of 2000, then gains in May, June and July. They have made extensive use of attractive financing offers and large cash rebates since the start of the year. Through most of 1999, motor and recreational vehicle dealers enjoyed strong sales advances.

## Faits saillants

Les ventes au détail ont progressé pour un troisième mois consécutif en juillet pour atteindre 23,3 milliards de dollars, en hausse de 1,3 % par rapport à juin. Cette croissance fait suite à des augmentations de 1,1 % en juin et de 0,6 % en mai. En dollars constants, les ventes au détail ont augmenté de 1,4 % en juillet comparativement à juin. En juillet, des prix plus bas pour les véhicules automobiles ont compensé en partie les hausses de prix observées dans la plupart des autres secteurs de la vente au détail.

Les ventes au détail ont repris beaucoup de vigueur en mai, juin et juillet. Malgré des résultats plus faibles au début de 2000, les détaillants connaissent en général de fortes ventes depuis l'automne 1998, après une période de faibles progressions observées au cours du printemps et de l'été de la même année.

### Vigueur générale des ventes au détail

Tous les secteurs de la vente au détail ont contribué à la progression des ventes observée en juillet, les hausses les plus fortes caractérisant les secteurs des meubles, des marchandises diverses et de l'automobile.

Après avoir reculé en juin (-0,8 %), les ventes des magasins de meubles se sont redressées en juillet. Cette progression (+2,0 %) poursuit ainsi la forte tendance ascendante des ventes observée dans le secteur de l'ameublement depuis le printemps 1996. Environ 40 % de l'ensemble des ventes de ce secteur proviennent de la vente de meubles et d'appareils électroménagers, tandis qu'une autre proportion de 30 % provient de la vente de produits électroniques de consommation et d'ordinateurs.

Les magasins de marchandises diverses ont affiché des ventes en progression pour un quatrième mois consécutif en juillet, enregistrant une hausse de 1,9 % par rapport à juin. On a observé en effet dans ce secteur un accroissement des ventes tant des grands magasins (+2,7 %) que des autres magasins de marchandises diverses (+0,9 %) en juillet. Les ventes des grands magasins ont beaucoup progressé depuis le début du printemps, après une période de reculs qui avait commencé en septembre 1999. À cette époque, le nombre de grands magasins avait diminué à la suite de la restructuration dont avait fait l'objet ce secteur. Dans le cas des autres magasins de marchandises diverses, les ventes sont généralement en croissance depuis le début de 1997.

En juillet, les détaillants du secteur de l'automobile ont indiqué une troisième hausse mensuelle consécutive de leurs ventes (+1,7 %). Les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs, qui représentent de loin la branche la plus importante du secteur de l'automobile, ont enregistré une progression de leurs ventes de 1,9 %. Ces concessionnaires ont connu des résultats instables au cours des quatre premiers mois de 2000 et des hausses en mai, juin et juillet. Ils ont eu largement recours à des offres financières avantageuses et à d'importantes remises en espèces depuis le début de 2000. En 1999, les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs avaient enregistré de fortes progressions de leurs ventes pendant la plus grande partie de l'année.

Consumers also rushed into food stores (+1.0%) and clothing stores (+0.8%) in July. This was a second consecutive monthly advance for food stores and a third straight gain for clothing stores. Sales in food stores and clothing stores have generally been rising since early 1996.

### Quebec retailers made a comeback

By province, the largest sales gains in July were in Quebec (+2.5%) and Manitoba (+2.4%). Advances were also strong in Alberta (+1.6%), Nova Scotia (+1.4%), Prince Edward Island (+1.3%) and Ontario (+1.2%); in the remaining provinces, sales were essentially unchanged.

Quebec's retail sales advanced in most sectors in June and July, following weaker gains in the first five months of the year. Overall, Quebec's retail sales have been rising since mid-1998.

In Manitoba, the strong July increase came largely from higher sales in the automotive sector. This sector was also mostly responsible for smaller sales gains in Manitoba since the start of 2000. Retail sales in Manitoba grew rapidly in the second half of 1999, following a period of weaker advances that started at the beginning of 1998.

A strong economy in Alberta has been fuelling retail sales in that province since the spring of 1999, after slightly more than a year of stagnant sales. In Ontario, advances in May, June and July added strength to the upward movement seen in retail sales since the summer of 1996.

After a strong 2.3% increase in June, retail sales in British Columbia were unchanged in July. Retailers in British Columbia have seen rising sales since the fall of 1998.

### Related indicators for August

Total employment increased 0.2% in August compared with July, offsetting the slight declines in the previous two months. Preliminary figures from the auto industry indicate a significant gain in the number of new motor vehicles sold in August. Housing starts fell 11.8% in August, following the 22.7% jump registered in July. Lower prices for gasoline and certain fresh fruits and vegetables contributed to a 0.2% reduction in the Consumer Price Index in August compared with July.

Les consommateurs se sont également précipités dans les magasins d'alimentation (+1,0 %) et dans les magasins de vêtements (+0,8 %) en juillet. Il s'agit de la deuxième progression mensuelle consécutive pour les magasins d'alimentation et de la troisième hausse d'affilée pour les magasins de vêtements. Dans ces deux types de magasin, les ventes sont généralement en progression depuis le début de 1996.

### Reprise chez les détaillants au Québec

C'est au Québec (+2,5 %) et au Manitoba (+2,4 %) que l'accroissement mensuel des ventes au détail a été le plus marqué en juillet. D'importantes progressions ont également été observées en Alberta (+1,6 %), en Nouvelle-Écosse (+1,4 %), à l'Île-du-Prince-Édouard (+1,3 %) et en Ontario (+1,2 %), tandis que les ventes sont demeurées relativement inchangées dans les autres provinces.

Au Québec, les ventes au détail ont été à la hausse dans la plupart des secteurs en juin et en juillet, après une période marquée de plus faibles augmentations durant les cinq premiers mois de l'année. Dans l'ensemble, les ventes au détail au Québec sont à la hausse depuis le milieu de 1998.

Au Manitoba, la forte hausse enregistrée en juillet est attribuable principalement à des ventes plus élevées dans le secteur de l'automobile. C'était également ce secteur qui expliquait la plus grande partie des hausses plus faibles que l'on observait pour les ventes au Manitoba depuis le début de 2000. Les ventes au détail au Manitoba avaient augmenté rapidement au cours de la deuxième moitié de 1999, après une période caractérisée par de plus faibles progressions qui avait commencé au début de 1998.

En Alberta, une bonne conjoncture économique alimente les ventes au détail depuis le printemps 1999, après une période de stagnation qui a duré un peu plus d'un an. En Ontario, les augmentations de mai, de juin et de juillet ont renforcé le mouvement ascendant que l'on constate pour les ventes au détail depuis l'été 1996.

En Colombie-Britannique, après une forte hausse de 2,3 % enregistrée en juin, les ventes au détail n'ont pas varié en juillet. Les détaillants de cette province ont connu des ventes en progression depuis l'automne 1998.

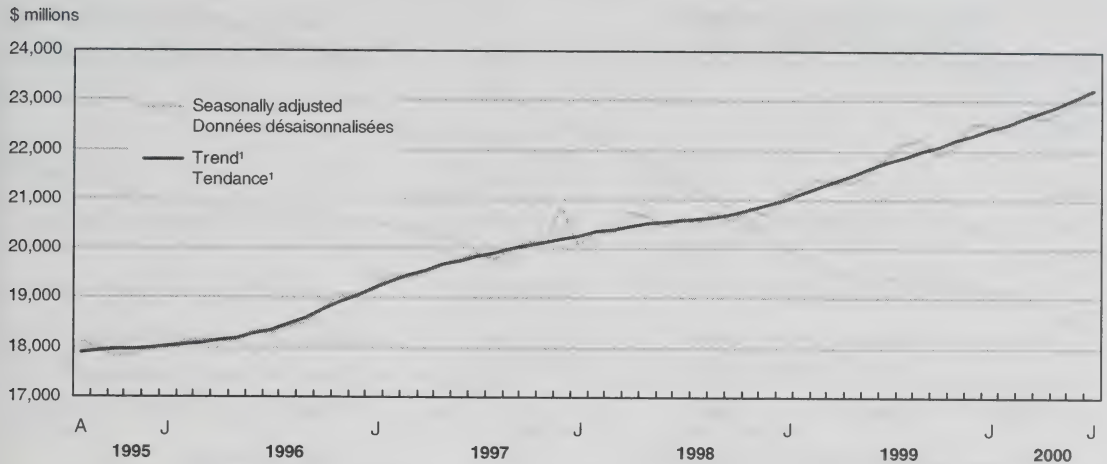
### Indicateurs connexes pour août

Le nombre d'emplois a augmenté de 0,2 % en août par rapport à juillet, compensant ainsi les légers reculs observés au cours des deux mois précédents. Les chiffres provisoires émanant du secteur de l'automobile indiquent une augmentation importante du nombre de véhicules neufs vendus en août. Les mises en chantier ont diminué de 11,8 % en août, après le bond de 22,7 % enregistré en juillet. En août, la baisse des prix de l'essence et de celui de certains fruits et légumes a contribué à une réduction de 0,2 % de l'Indice des prix à la consommation par rapport à juillet.



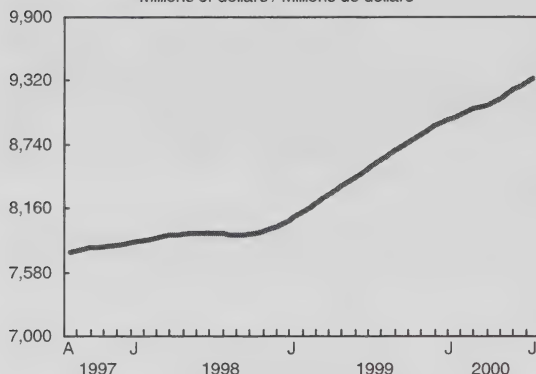
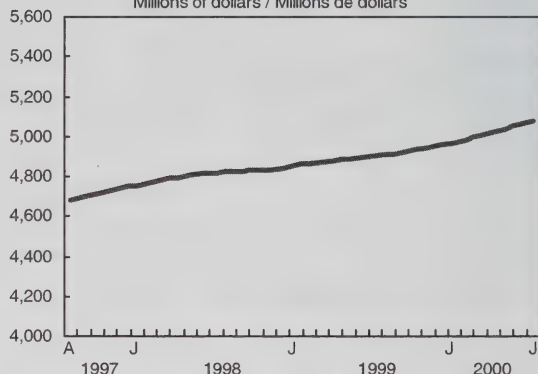
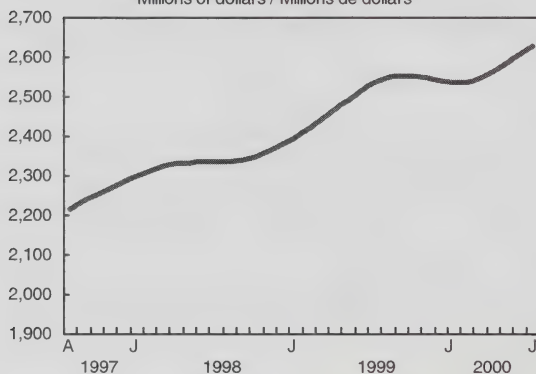
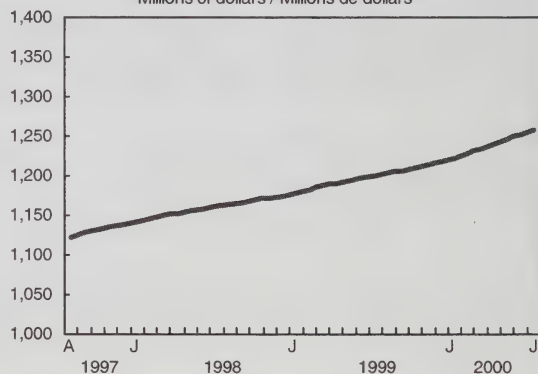
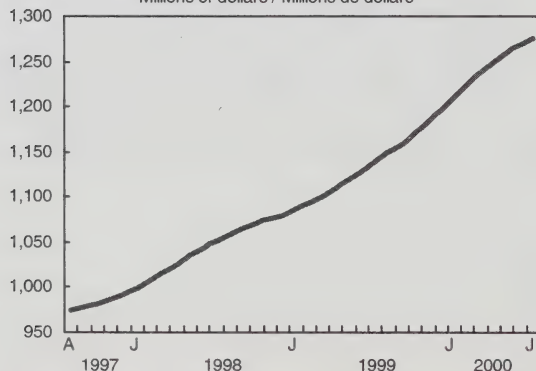
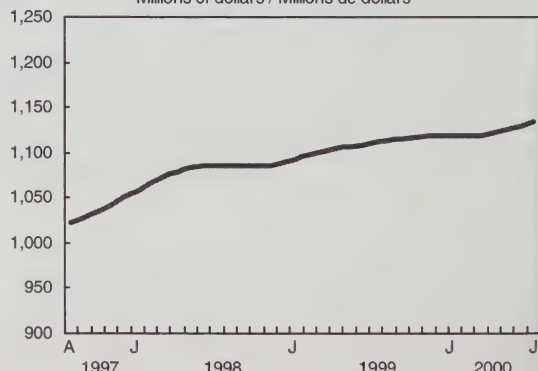
## Retail Sales – Canada

## Ventes au détail – Canada



<sup>1</sup> Trend represents smoothed seasonally adjusted data.

<sup>1</sup> La tendance représente les données désaisonnalisées lissées.

**Retail Sales Trends<sup>1</sup> – Canada,  
By Major Group**
**Tendances<sup>1</sup> des ventes au détail – Canada,  
par groupe principal**
**Automotive / Véhicules automobiles**  
 Millions of dollars / Millions de dollars

**Food / Aliments**  
 Millions of dollars / Millions de dollars

**General Merchandise / Marchandises diverses**  
 Millions of dollars / Millions de dollars

**Clothing / Vêtements**  
 Millions of dollars / Millions de dollars

**Furniture / Meubles**  
 Millions of dollars / Millions de dollars

**Drug / Pharmacies**  
 Millions of dollars / Millions de dollars

<sup>1</sup> Trend represents smoothed seasonally adjusted data.

<sup>1</sup> La tendance représente les données désaisonnalisées lissées.

**For Further Reading**

Selected Publications from Statistics Canada

**Lectures suggérées**

Choisies parmi les publications de Statistique Canada

Title	Catalogue	Titre
New Motor Vehicle Sales, Monthly, Bilingual	<b>63-007-XIB</b>	Ventes de véhicules automobiles neufs, mensuel, bilingue
Wholesale Trade, Monthly, Bilingual	<b>63-008-XIB</b>	Commerce de gros, mensuel, bilingue
Retail Chain and Department Stores, Annual, Bilingual	<b>63-210-XIB</b>	Magasins de détail à succursales et les grands magasins, annuel, bilingue
Wholesaling and Retailing Canada, Annual, Bilingual	<b>63-236-XIB</b>	Les commerces de gros et de détail au Canada, annuel, bilingue
Market Research Handbook, Annual, Bilingual	<b>63-224-XPB</b>	Recueil statistique des études de marché, annuel, bilingue

To order a publication you may telephone 1 (613) 951-7277 or use facsimile number 1 (613) 951-1584. For toll free in Canada only telephone 1 800 267-6677. When ordering by telephone or facsimile a written confirmation is not required.

Pour obtenir une publication veuillez téléphoner au 1 (613) 951-7277 ou utiliser le numéro du télécopieur 1 (613) 951-1584. Pour appeler sans frais, au Canada, composez le 1 800 267-6677. Il n'est pas nécessaire de nous faire parvenir une confirmation pour une commande faite par téléphone ou télécopieur.





**Statistical  
Tables**

---

**Tableaux  
statistiques**

---

Table 1

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Current Periods)**

	Sales					Change from previous month	
	Ventes					Variation par rapport au mois précédent	
	July 2000 Juillet	June 2000 Juin	May 2000 Mai	April 2000 Avril	Year-to-date 2000 Cumulatif	July 2000 Juillet	June 2000 Juin
	Millions of dollars – Millions de dollars					Per cent – Pourcentage	
<b>Trade Group - Canada</b>							
Supermarkets and grocery stores	4,721.7	4,672.7	4,652.7	4,720.9	32,511.2	1.0	0.4
All other food stores	374.3	373.1	372.1	375.3	2,611.8	0.3	0.3
Drugs and patent medicine stores	1,138.0	1,132.3	1,123.9	1,129.2	7,864.7	0.5	0.7
Shoe stores	136.0	133.5	133.1	129.9	951.2	1.9	0.3
Men's clothing stores	135.0	133.2	131.8	126.1	916.9	1.4	1.1
Women's clothing stores	378.5	382.4	381.7	371.3	2,666.8	-1.0	0.2
Other clothing stores	611.6	601.6	591.7	597.8	4,160.5	1.7	1.7
Household furniture and appliance stores	1,035.8	1,020.6	1,027.4	1,024.4	7,105.9	1.5	-0.7
Household furnishings stores	240.9	231.2	234.0	231.6	1,621.5	4.2	-1.2
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	6,268.9	6,152.3	6,032.9	5,945.0	42,490.4	1.9	2.0
Gasoline service stations	1,851.6	1,836.9	1,782.6	1,772.3	12,504.0	0.8	3.0
Automotive parts, accessories and services	1,306.0	1,280.4	1,300.2	1,240.3	8,996.3	2.0	-1.5
General merchandise stores	2,657.2	2,607.7	2,569.9	2,563.9	18,075.6	1.9	1.5
Other semi-durable goods stores	747.0	733.6	718.7	712.9	5,087.3	1.8	2.1
Other durable goods stores	612.4	616.4	610.1	588.2	4,254.8	-0.6	1.0
Other retail stores	1,112.5	1,109.1	1,103.0	1,093.3	7,657.0	0.3	0.6
<b>Total, all stores</b>	<b>23,327.5</b>	<b>23,017.0</b>	<b>22,765.6</b>	<b>22,622.4</b>	<b>159,475.9</b>	<b>1.3</b>	<b>1.1</b>
<b>Regions</b>							
Newfoundland	377.3	376.6	371.4	373.6	2,598.2	0.2	1.4
Prince Edward Island	104.4	103.1	103.0	104.6	718.2	1.3	0.1
Nova Scotia	726.4	716.2	696.6	699.6	4,916.8	1.4	2.8
New Brunswick	577.0	576.6	572.3	573.2	4,015.2	0.1	0.8
Quebec	5,376.8	5,244.8	5,166.1	5,181.4	36,638.3	2.5	1.5
Ontario	8,942.5	8,839.9	8,792.2	8,625.4	61,030.2	1.2	0.5
Manitoba	796.8	778.4	779.6	770.9	5,451.2	2.4	-0.2
Saskatchewan	686.6	684.0	678.1	664.2	4,724.3	0.4	0.9
Alberta	2,697.2	2,653.8	2,628.2	2,630.8	18,370.0	1.6	1.0
British Columbia	2,967.5	2,968.7	2,903.0	2,922.3	20,483.3	0.0	2.3
Yukon	27.8	28.7	28.8	29.2	199.9	-3.1	-0.3
Nunavut	14.8	15.1	15.0	15.2	105.3	-2.0	0.7
Northwest Territories	32.3	31.1	31.3	31.9	224.7	3.9	-0.6

Tableau 1

Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(périodes courantes)

Change from previous month Variation par rapport au mois précédent		Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					
May 2000 Mai	April 2000 Avril	July 2000 Juillet	June 2000 Juin	May 2000 Mai	April 2000 Avril	Year-to-date 2000 Cumulatif	
Per cent – Pourcentage							
-1.4	1.7	4.1	3.3	2.5	4.4	2.8	<b>Groupe de commerce - Canada</b>
-0.9	0.6	3.3	2.7	1.4	3.8	2.7	Supermarchés d'alimentation et épiceries
-0.5	1.8	2.0	2.5	2.1	3.0	1.6	Tous les autres magasins d'alimentation Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
2.5	-9.5	-0.5	3.4	-5.0	-7.7	-1.1	Magasins de chaussures
4.5	-4.5	5.1	8.1	3.8	-0.6	3.2	Magasins de vêtements pour hommes
2.8	-4.8	0.5	3.7	1.1	-0.2	1.7	Magasins de vêtements pour femmes
-1.0	0.8	7.0	9.0	5.5	7.8	7.6	Autres magasins de vêtements
0.3	1.3	10.7	7.8	12.5	18.6	12.5	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
1.0	1.0	10.6	12.0	10.7	10.5	10.8	Magasins d'accessoires d'ameublement
1.5	-2.8	7.0	8.2	10.6	5.1	7.2	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
0.6	-2.2	22.2	25.1	22.2	22.1	26.1	Stations-service
4.8	-6.4	6.9	3.5	5.1	1.3	4.7	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
0.2	1.1	4.4	4.7	3.0	4.6	4.4	Magasins de marchandises diverses
0.8	-1.9	4.1	3.5	1.2	1.6	2.8	Autres magasins de produits semi-durables
3.7	-3.3	5.4	6.7	4.6	0.4	3.6	Autres magasins de produits durables
0.9	0.0	5.9	5.6	2.9	5.3	5.1	Autres magasins de vente au détail
<b>0.6</b>	<b>-1.0</b>	<b>6.7</b>	<b>6.9</b>	<b>6.6</b>	<b>5.9</b>	<b>6.4</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
							<b>Régions</b>
-0.6	0.3	7.8	6.4	5.5	8.8	6.5	Terre-Neuve
-1.5	3.4	6.1	5.9	9.5	14.2	9.4	Île-du-Prince-Édouard
-0.4	-1.1	7.3	3.5	2.7	7.7	4.6	Nouvelle-Écosse
-0.2	-2.8	3.9	5.9	3.7	6.0	5.9	Nouveau-Brunswick
-0.3	-2.4	6.1	4.7	3.0	3.1	4.1	Québec
1.9	-0.9	6.8	7.8	8.2	6.6	7.5	Ontario
1.1	-1.0	6.7	5.6	6.9	3.7	4.7	Manitoba
2.1	-2.2	5.8	6.9	6.6	4.3	6.0	Saskatchewan
-0.1	1.0	9.6	10.5	12.0	11.1	10.0	Alberta
-0.7	0.1	5.3	6.6	5.4	4.5	5.3	Colombie-Britannique
-1.4	0.7	1.1	3.6	4.7	6.6	4.4	Yukon
-1.3	-2.6	3.5	3.4	5.6	-0.7	4.6	Nunavut
-1.9	-5.1	3.9	3.0	5.0	15.6	5.9	Territoires du Nord Ouest

Table 2

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Current Periods)**

	Sales Ventes				
	July 2000 Juillet	June 2000 Juin	May 2000 Mai	April 2000 Avril	Year-to-date 2000 Cumulatif
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Trade Group - Canada</b>					
Supermarkets and grocery stores	4,913.8	4,899.7	4,682.4	4,658.9	32,261.9
All other food stores	389.0	393.7	381.0	379.4	2,551.5
Drugs and patent medicine stores	1,099.9	1,123.0	1,118.6	1,078.7	7,635.5
Shoe stores	126.4	144.1	154.8	129.8	860.5
Men's clothing stores	116.7	141.8	126.9	110.8	780.9
Women's clothing stores	361.3	386.8	408.8	355.9	2,384.8
Other clothing stores	555.4	561.7	554.3	532.8	3,536.5
Household furniture and appliance stores	1,017.3	993.0	940.1	901.7	6,385.3
Household furnishings stores	244.2	238.6	236.1	207.5	1,497.7
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	6,433.3	7,376.7	7,559.6	6,370.7	43,842.5
Gasoline service stations	2,011.7	1,945.3	1,838.8	1,640.3	12,287.2
Automotive parts, accessories and services	1,370.3	1,418.8	1,482.4	1,195.0	8,704.6
General merchandise stores	2,486.5	2,540.1	2,525.8	2,361.0	15,952.2
Other semi-durable goods stores	778.4	789.1	821.6	632.7	4,633.3
Other durable goods stores	617.9	619.5	606.3	526.0	3,809.4
Other retail stores	1,234.7	1,208.9	1,119.3	1,000.0	7,189.7
<b>Total, all stores</b>	<b>23,756.7</b>	<b>24,780.8</b>	<b>24,557.0</b>	<b>22,081.1</b>	<b>154,313.5</b>
<b>Regions</b>					
Newfoundland	392.9	417.0	402.9	358.8	2,495.6
Prince Edward Island	122.1	117.2	109.4	94.6	684.3
Nova Scotia	757.5	788.9	730.1	670.8	4,744.1
New Brunswick	604.1	632.5	627.8	555.7	3,860.7
Quebec	5,497.4	5,709.5	5,798.3	5,268.4	35,908.1
Ontario	9,011.5	9,562.9	9,456.3	8,283.3	58,733.2
Manitoba	794.7	831.2	820.0	749.4	5,251.4
Saskatchewan	697.4	724.9	709.0	643.0	4,526.8
Alberta	2,717.6	2,798.7	2,798.0	2,548.9	17,698.7
British Columbia	3,078.4	3,114.0	3,024.8	2,833.7	19,887.3
Yukon	33.1	34.2	32.6	27.0	196.6
Nunavut	15.1	14.7	15.7	15.7	102.8
Northwest Territories	35.1	35.0	31.9	31.8	224.0



Tableau 2

**Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(périodes courantes)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					
July 2000 Juillet	June 2000 Juin	May 2000 Mai	April 2000 Avril	Year-to-date 2000 Cumulatif	
Per cent - Pourcentage					
<b>Groupe de commerce - Canada</b>					
-1.7	7.3	0.7	3.3	2.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries
0.8	3.8	-0.2	6.8	2.7	Tous les autres magasins d'alimentation
0.1	3.4	3.9	0.1	1.7	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-2.8	2.6	-6.1	-8.8	-1.7	Magasins de chaussures
1.5	13.2	1.0	-3.4	3.5	Magasins de vêtements pour hommes
-2.9	3.7	1.1	-1.8	1.5	Magasins de vêtements pour femmes
5.7	11.7	3.5	6.7	7.9	Autres magasins de vêtements
7.7	9.8	13.4	16.0	12.6	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
8.2	9.4	14.4	7.1	10.5	Magasins d'accessoires d'ameublement
3.6	7.1	16.7	-1.7	7.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
21.1	27.9	22.3	17.2	26.0	Stations-service
3.4	2.9	9.3	-2.7	4.7	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
2.8	6.1	2.8	3.8	4.8	Magasins de marchandises diverses
2.8	3.5	1.8	0.2	2.9	Autres magasins de produits semi-durables
2.7	9.6	3.7	-2.0	4.2	Autres magasins de produits durables
-0.1	11.1	1.8	3.4	4.9	Autres magasins de vente au détail
<b>3.3</b>	<b>8.2</b>	<b>8.4</b>	<b>2.5</b>	<b>6.5</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Régions</b>					
2.8	9.8	6.9	5.0	6.6	Terre-Neuve
2.6	8.2	10.6	11.4	9.0	Île-du-Prince-Édouard
4.0	7.7	3.1	1.9	4.8	Nouvelle-Écosse
0.3	6.9	6.2	3.1	5.7	Nouveau-Brunswick
1.7	6.0	4.6	-0.8	4.1	Québec
3.7	8.8	10.7	3.2	7.6	Ontario
3.1	7.7	7.8	0.1	4.9	Manitoba
3.0	7.6	8.3	1.5	6.0	Saskatchewan
7.0	11.6	13.4	8.0	10.0	Alberta
2.7	8.2	6.4	2.1	5.5	Colombie-Britannique
-2.1	5.2	8.7	3.8	4.6	Yukon
2.7	3.5	4.7	1.3	4.8	Nunavut
1.7	2.6	3.6	14.4	6.3	Territoires du Nord Ouest

Table 3

Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Canada</b>					
Supermarkets and grocery stores	14,240.9	13,107.1	14,006.9	14,037.0	13,725.9
All other food stores	1,154.1	1,008.4	1,187.7	1,101.6	1,116.3
Drugs and patent medicine stores	3,320.4	3,215.3	3,647.6	3,279.8	3,240.7
Shoe stores	428.8	305.4	475.3	405.0	447.5
Men's clothing stores	379.5	284.7	553.4	343.1	365.7
Women's clothing stores	1,151.5	872.0	1,423.0	1,105.3	1,139.7
Other clothing stores	1,648.8	1,332.3	2,201.2	1,715.0	1,537.5
Household furniture and appliance stores	2,834.8	2,533.3	3,511.1	2,847.2	2,510.8
Household furnishings stores	682.2	571.4	775.6	667.1	618.2
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	21,306.9	16,102.2	16,310.7	18,351.2	19,848.3
Gasoline service stations	5,424.4	4,851.2	4,927.6	4,985.5	4,423.7
Automotive parts, accessories and services	4,096.1	3,238.0	4,148.3	3,802.0	3,963.9
General merchandise stores	7,427.0	6,038.7	9,791.5	7,397.1	7,124.0
Other semi-durable goods stores	2,243.4	1,611.5	2,516.1	2,232.7	2,200.0
Other durable goods stores	1,751.9	1,439.7	2,218.6	1,788.8	1,686.6
Other retail stores	3,328.2	2,626.8	3,629.0	3,373.7	3,155.4
<b>Total, all stores</b>	<b>71,418.9</b>	<b>59,137.9</b>	<b>71,323.6</b>	<b>67,432.1</b>	<b>67,104.3</b>
<b>Newfoundland</b>					
Supermarkets and grocery stores	281.8	257.4	276.3	284.9	281.2
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	59.7	58.5	68.0	58.6	59.2
Shoe stores	3.4	2.5	4.6	3.9	3.6
Men's clothing stores	2.9	2.0	7.6	3.6	3.7
Women's clothing stores	12.5	8.6	21.8	13.6	13.4
Other clothing stores	14.3	11.2	27.0	16.8	12.8
Household furniture and appliance stores	33.5	26.7	46.9	34.3	29.4
Household furnishings stores	2.4	1.6	2.6	2.4	1.9
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	373.7	245.0	214.2	280.9	323.7
Gasoline service stations	102.6	86.4	95.6	104.7	91.9
Automotive parts, accessories and services	60.3	44.6	68.0	54.2	57.1
General merchandise stores	145.7	114.0	221.9	151.3	136.7
Other semi-durable goods stores	24.3	14.2	29.9	23.4	22.5
Other durable goods stores	13.4	9.3	20.1	13.1	10.9
Other retail stores	38.4	31.7	47.2	40.6	36.4
<b>Total, all stores</b>	<b>1,178.7</b>	<b>924.1</b>	<b>1,165.0</b>	<b>1,100.0</b>	<b>1,098.1</b>

Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	
Per cent – Pourcentage					
<b>Canada</b>					
3.8	3.0	3.1	2.5	1.4	Supermarchés d'alimentation et épiceries
3.4	2.5	3.3	1.0	0.4	Tous les autres magasins d'alimentation
2.5	1.5	4.3	2.4	1.1	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-4.2	2.6	-1.3	-5.0	-3.2	Magasins de chaussures
3.8	3.9	-1.3	-1.3	-4.6	Magasins de vêtements pour hommes
1.0	4.2	4.6	1.0	0.8	Magasins de vêtements pour femmes
7.2	9.8	5.4	5.7	8.7	Autres magasins de vêtements
12.9	14.5	11.3	9.4	8.9	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
10.4	11.8	7.8	6.4	4.6	Magasins d'accessoires d'ameublement
7.3	8.3	9.9	10.5	2.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
22.6	32.4	23.5	15.9	7.1	Stations-service
3.3	7.1	5.4	3.7	2.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
4.3	6.4	5.0	10.6	7.1	Magasins de marchandises diverses
2.0	4.4	0.3	5.6	4.0	Autres magasins de produits semi-durables
3.9	5.4	3.1	2.7	3.3	Autres magasins de produits durables
5.5	6.6	9.7	7.6	8.1	Autres magasins de vente au détail
<b>6.4</b>	<b>7.9</b>	<b>7.0</b>	<b>7.1</b>	<b>3.6</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Terre-Neuve</b>					
0.2	1.1	-1.0	1.7	1.5	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
0.8	3.4	2.7	6.0	2.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-5.6	-	-	5.4	-2.7	Magasins de chaussures
-21.6	-25.9	-3.8	-14.3	-22.9	Magasins de vêtements pour hommes
-6.7	-6.5	1.9	2.3	6.3	Magasins de vêtements pour femmes
11.7	4.7	9.3	3.1	4.1	Autres magasins de vêtements
13.9	10.3	7.3	15.5	25.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
26.3	6.7	-7.1	9.1	-5.0	Magasins d'accessoires d'ameublement
15.4	19.1	20.1	16.2	11.5	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
11.6	11.2	4.5	6.9	3.1	Stations-service
5.6	8.8	10.2	6.1	15.8	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
6.6	3.4	5.7	10.9	7.4	Magasins de marchandises diverses
8.0	-1.4	4.9	4.5	11.4	Autres magasins de produits semi-durables
22.9	25.7	14.9	8.3	14.7	Autres magasins de produits durables
5.5	3.3	9.0	4.6	0.8	Autres magasins de vente au détail
<b>7.3</b>	<b>7.5</b>	<b>6.6</b>	<b>8.2</b>	<b>7.0</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Prince Edward Island</b>					
Supermarkets and grocery stores	76.0	68.5	74.4	81.1	73.7
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	18.8	16.8	19.6	18.2	17.2
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	x	x	x	x	x
Other clothing stores	6.4	4.5	10.1	9.7	6.2
Household furniture and appliance stores	8.2	6.7	9.9	7.9	7.4
Household furnishings store	4.2	2.9	5.3	4.9	3.9
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	77.4	48.6	56.7	62.2	66.1
Gasoline service stations	37.6	30.8	34.1	42.0	31.2
Automotive parts, accessories and services	21.4	14.1	20.4	19.4	20.6
General merchandise stores	26.3	18.8	37.2	28.6	22.6
Other semi-durable goods stores	12.3	8.2	12.8	18.2	12.7
Other durable goods stores	5.2	3.5	7.3	6.9	5.0
Other retail stores	15.4	9.8	13.7	17.6	13.4
<b>Total, all stores</b>	<b>321.2</b>	<b>241.0</b>	<b>316.1</b>	<b>331.8</b>	<b>292.0</b>
<b>Nova Scotia</b>					
Supermarkets and grocery stores	520.6	488.5	516.5	515.3	496.2
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	129.3	127.2	147.7	131.5	126.1
Shoe stores	5.4	4.3	7.8	6.8	6.8
Men's clothing stores	5.0	3.3	8.4	4.7	4.8
Women's clothing stores	28.8	20.9	41.5	29.2	32.0
Other clothing stores	35.4	28.2	59.6	41.3	31.9
Household furniture and appliance stores	61.8	58.2	84.3	62.1	51.5
Household furnishings store	11.7	8.7	15.6	15.5	14.1
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	608.9	450.1	426.4	510.0	601.7
Gasoline service stations	201.0	168.8	191.9	202.3	181.5
Automotive parts, accessories and services	119.8	89.2	129.1	111.7	112.7
General merchandise stores	217.3	170.8	330.8	220.3	208.5
Other semi-durable goods stores	68.7	45.8	86.3	69.4	60.3
Other durable goods stores	40.7	33.8	60.8	44.8	38.9
Other retail stores	113.4	82.8	121.8	120.3	108.2
<b>Total, all stores</b>	<b>2,189.8</b>	<b>1,796.8</b>	<b>2,251.4</b>	<b>2,109.7</b>	<b>2,099.2</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	
Per cent – Pourcentage					
					<b>Île-du-Prince-Édouard</b>
3.1	7.0	14.6	14.5	16.1	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
9.3	1.8	-	-1.1	-2.8	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour femmes
3.2	-2.2	4.1	10.2	21.6	Autres magasins de vêtements
10.8	3.1	12.5	23.4	19.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
7.7	-3.3	15.2	-	-2.5	Magasins d'accessoires d'ameublement
17.1	13.0	27.1	11.1	-5.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
20.5	33.3	25.8	21.0	5.8	Stations-service
3.9	7.6	6.8	6.6	9.6	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
16.4	16.8	17.7	26.0	5.6	Magasins de marchandises diverses
-3.1	10.8	2.4	4.0	6.7	Autres magasins de produits semi-durables
4.0	16.7	19.7	25.5	28.2	Autres magasins de produits durables
14.9	11.4	1.5	8.6	10.7	Autres magasins de vente au détail
<b>10.0</b>	<b>11.2</b>	<b>14.4</b>	<b>12.9</b>	<b>6.2</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
					<b>Nouvelle-Écosse</b>
4.9	5.1	5.9	4.3	5.8	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
2.5	1.7	5.6	1.2	-0.2	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-20.6	-8.5	-	-1.4	-5.6	Magasins de chaussures
4.2	-5.7	3.7	6.8	-2.0	Magasins de vêtements pour hommes
-10.0	-11.4	-7.2	-9.9	10.3	Magasins de vêtements pour femmes
11.0	8.9	7.6	7.8	11.1	Autres magasins de vêtements
20.0	25.7	23.1	20.8	18.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
-17.0	-23.0	2.6	50.5	60.2	Magasins d'accessoires d'ameublement
1.2	3.5	-1.1	3.0	0.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
10.7	24.5	27.6	23.1	24.1	Stations-service
6.3	6.6	3.8	1.5	-0.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
4.2	3.6	6.2	11.1	9.7	Magasins de marchandises diverses
13.9	2.9	9.2	0.9	-8.6	Autres magasins de produits semi-durables
4.6	8.3	5.9	5.7	2.4	Autres magasins de produits durables
4.8	2.5	7.8	6.7	9.2	Autres magasins de vente au détail
<b>4.3</b>	<b>5.7</b>	<b>6.3</b>	<b>6.4</b>	<b>5.2</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region**  
**(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>New Brunswick</b>					
Supermarkets and grocery stores	425.9	393.8	428.7	423.3	396.3
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	86.5	86.3	97.4	85.2	82.8
Shoe stores	5.9	4.3	7.4	6.7	6.6
Men's clothing stores	6.2	4.4	10.4	6.2	5.9
Women's clothing stores	20.6	15.1	30.5	20.8	21.1
Other clothing stores	30.9	23.5	47.9	33.8	27.5
Household furniture and appliance stores	46.4	40.8	63.9	48.9	40.1
Household furnishings stores	14.6	11.0	17.7	14.5	12.3
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	559.4	380.3	383.8	483.9	560.5
Gasoline service stations	170.2	142.0	159.1	168.8	142.2
Automotive parts, accessories and services	105.9	79.3	113.8	96.9	97.4
General merchandise stores	176.0	138.5	262.3	179.3	167.4
Other semi-durable goods stores	54.7	38.2	57.6	51.7	50.3
Other durable goods stores	26.9	20.9	42.1	28.9	25.4
Other retail stores	72.7	53.4	78.0	79.5	68.0
<b>Total, all stores</b>	<b>1,816.0</b>	<b>1,440.6</b>	<b>1,813.2</b>	<b>1,745.4</b>	<b>1,721.9</b>
<b>Quebec</b>					
Supermarkets and grocery stores	3,628.2	3,372.3	3,599.9	3,664.8	3,615.4
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	714.1	702.4	749.3	680.8	676.1
Shoe stores	146.8	92.1	170.7	133.8	155.2
Men's clothing stores	82.8	55.2	111.0	71.3	86.7
Women's clothing stores	322.6	225.5	371.6	296.3	318.8
Other clothing stores	456.2	332.6	517.1	440.2	428.9
Household furniture and appliance stores	780.2	624.0	891.4	774.4	697.6
Household furnishings stores	127.6	98.1	139.7	123.1	124.3
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,121.1	3,784.8	3,726.0	4,480.8	5,077.2
Gasoline service stations	1,145.1	1,057.4	1,058.9	1,025.4	911.8
Automotive parts, accessories and services	1,011.7	778.6	1,042.6	926.7	1,011.4
General merchandise stores	1,487.9	1,188.0	1,818.5	1,429.4	1,446.9
Other semi-durable goods stores	464.6	308.9	444.9	448.8	460.4
Other durable goods stores	377.7	301.9	425.7	363.8	370.6
Other retail stores	546.5	398.2	592.9	503.0	519.1
<b>Total, all stores</b>	<b>16,776.3</b>	<b>13,634.4</b>	<b>16,007.3</b>	<b>15,687.5</b>	<b>16,238.2</b>

Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	
Per cent – Pourcentage					
<b>Nouveau-Brunswick</b>					
7.5	9.7	9.4	8.8	5.4	Supermarchés d'alimentation et épicerie
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
4.5	9.8	6.4	3.5	2.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-10.6	4.9	-	11.7	15.8	Magasins de chaussures
5.1	-8.3	-8.8	-1.6	-	Magasins de vêtements pour hommes
-2.4	4.9	6.6	3.5	7.7	Magasins de vêtements pour femmes
12.4	8.8	8.4	3.4	7.4	Autres magasins de vêtements
15.7	10.0	10.0	15.9	4.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
18.7	18.3	21.2	12.4	5.1	Magasins d'accessoires d'ameublement
-0.2	4.7	27.7	20.2	11.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
19.7	18.3	15.5	11.7	7.6	Stations-service
8.7	18.7	5.0	-0.4	-5.0	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
5.1	7.1	6.5	8.5	5.2	Magasins de marchandises diverses
8.7	2.1	2.7	8.6	6.8	Autres magasins de produits semi-durables
5.9	12.4	10.5	7.8	7.2	Autres magasins de produits durables
6.9	7.4	8.6	8.0	7.6	Autres magasins de vente au détail
<b>5.5</b>	<b>8.6</b>	<b>11.8</b>	<b>10.9</b>	<b>6.8</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Québec</b>					
0.4	0.6	2.7	4.8	5.6	Supermarchés d'alimentation et épicerie
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
5.6	4.3	2.6	-4.9	-7.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-5.4	3.8	0.4	-5.4	-5.0	Magasins de chaussures
-4.5	-9.7	-8.2	-8.6	-7.6	Magasins de vêtements pour hommes
1.2	2.7	4.2	-3.7	-4.1	Magasins de vêtements pour femmes
6.4	9.8	5.0	1.4	5.7	Autres magasins de vêtements
11.8	14.8	11.1	9.3	9.9	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
2.7	4.7	2.9	-2.1	-2.3	Magasins d'accessoires d'ameublement
0.9	5.2	5.7	12.7	8.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
25.6	35.7	28.7	20.9	13.6	Stations-service
0.0	7.2	6.6	6.5	3.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
2.8	5.9	4.4	8.1	6.6	Magasins de marchandises diverses
0.9	3.0	-6.9	-6.4	-7.2	Autres magasins de produits semi-durables
1.9	3.4	-0.4	3.1	7.6	Autres magasins de produits durables
5.3	5.5	15.4	12.8	9.5	Autres magasins de vente au détail
<b>3.3</b>	<b>6.2</b>	<b>5.7</b>	<b>7.1</b>	<b>5.5</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Ontario</b>					
Supermarkets and grocery stores	4,542.6	4,118.3	4,371.1	4,371.4	4,317.7
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	1,368.4	1,309.5	1,494.5	1,379.6	1,375.6
Shoe stores	162.0	119.5	173.5	151.1	170.5
Men's clothing stores	169.1	129.2	248.1	152.0	157.1
Women's clothing stores	465.8	359.6	590.7	438.6	460.3
Other clothing stores	622.2	521.1	895.0	651.5	586.6
Household furniture and appliance stores	1,043.7	955.8	1,283.3	1,043.6	905.5
Household furnishings stores	302.5	254.6	341.6	284.2	255.9
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	8,315.9	6,201.8	6,541.9	7,204.1	7,614.8
Gasoline service stations	2,102.9	1,902.4	1,878.4	1,821.4	1,641.2
Automotive parts, accessories and services	1,574.6	1,258.4	1,603.4	1,457.4	1,524.8
General merchandise stores	2,963.2	2,385.4	3,956.7	2,944.3	2,821.7
Other semi-durable goods stores	986.7	725.4	1,158.3	1,013.6	968.5
Other durable goods stores	696.6	571.1	918.9	716.0	672.1
Other retail stores	1,468.7	1,159.2	1,606.0	1,517.0	1,382.1
<b>Total, all stores</b>	<b>27,302.5</b>	<b>22,419.2</b>	<b>27,604.6</b>	<b>25,642.3</b>	<b>25,353.4</b>
<b>Manitoba</b>					
Supermarkets and grocery stores	571.6	527.8	559.0	546.1	532.0
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	72.8	72.5	80.9	70.4	68.9
Shoe stores	11.5	8.9	13.4	11.0	12.3
Men's clothing stores	11.8	7.9	17.1	10.4	11.4
Women's clothing stores	30.0	22.4	36.5	29.6	29.8
Other clothing stores	45.2	39.2	66.8	51.2	45.3
Household furniture and appliance stores	86.9	76.7	106.5	85.4	74.5
Household furnishings stores	17.1	15.1	18.0	16.7	15.2
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	708.0	592.0	618.6	676.6	701.1
Gasoline service stations	206.4	180.4	184.6	186.4	167.5
Automotive parts, accessories and services	122.3	95.7	123.0	111.8	124.0
General merchandise stores	286.7	235.1	379.8	284.8	279.0
Other semi-durable goods stores	55.7	42.4	75.3	55.2	54.8
Other durable goods stores	54.0	44.4	66.4	54.7	54.7
Other retail stores	100.2	78.5	111.4	102.0	95.1
<b>Total, all stores</b>	<b>2,400.6</b>	<b>2,056.1</b>	<b>2,478.7</b>	<b>2,308.9</b>	<b>2,281.5</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	
Per cent – Pourcentage					
<b>Ontario</b>					
5.2	2.6	2.1	0.5	-1.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
-0.5	-1.4	3.0	3.7	4.9	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-5.0	-0.3	-3.1	-6.8	-2.0	Magasins de chaussures
7.6	12.3	3.2	2.0	-1.8	Magasins de vêtements pour hommes
1.2	6.7	6.4	2.8	4.4	Magasins de vêtements pour femmes
6.1	10.4	8.2	12.3	17.2	Autres magasins de vêtements
15.3	19.1	14.5	11.3	10.5	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
18.2	20.8	11.1	8.5	8.3	Magasins d'accessoires d'ameublement
9.2	9.5	14.0	15.3	3.4	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
28.1	37.6	25.1	16.9	8.9	Stations-service
3.3	7.3	6.4	3.3	3.6	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
5.0	7.2	5.7	12.8	8.9	Magasins de marchandises diverses
1.9	7.6	3.4	13.9	10.6	Autres magasins de produits semi-durables
3.6	7.4	4.2	4.0	4.3	Autres magasins de produits durables
6.3	7.9	10.0	7.3	9.7	Autres magasins de vente au détail
<b>7.7</b>	<b>9.1</b>	<b>8.6</b>	<b>9.2</b>	<b>4.6</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Manitoba</b>					
7.4	7.8	4.2	2.1	-0.4	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
5.7	3.9	6.3	1.4	1.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-6.5	-	-13.5	-12.0	-3.9	Magasins de chaussures
3.5	-	0.6	11.8	0.9	Magasins de vêtements pour hommes
0.7	2.3	6.1	8.8	8.8	Magasins de vêtements pour femmes
-0.2	4.8	-0.7	6.0	4.4	Autres magasins de vêtements
16.6	7.0	3.2	6.5	4.2	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
12.5	28.0	24.1	26.5	19.7	Magasins d'accessoires d'ameublement
1.0	-1.1	-2.0	0.7	-6.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
23.2	26.2	27.8	19.3	10.3	Stations-service
-1.4	-4.8	-0.1	-5.3	3.6	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
2.8	5.1	1.9	7.9	4.5	Magasins de marchandises diverses
1.6	0.5	0.9	13.3	9.4	Autres magasins de produits semi-durables
-1.3	8.8	7.6	4.8	0.2	Autres magasins de produits durables
5.4	8.3	7.3	12.6	9.2	Autres magasins de vente au détail
<b>5.2</b>	<b>5.2</b>	<b>3.4</b>	<b>4.2</b>	<b>0.2</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Saskatchewan</b>					
Supermarkets and grocery stores	482.4	427.7	468.9	480.9	469.8
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	90.0	89.4	100.9	94.0	92.2
Shoe stores	5.8	5.1	6.3	5.4	6.2
Men's clothing stores	8.5	6.1	12.0	7.6	8.2
Women's clothing stores	25.1	20.4	31.2	24.3	25.9
Other clothing stores	41.3	33.7	58.3	44.6	39.3
Household furniture and appliance stores	65.6	61.5	89.0	61.6	57.5
Household furnishings stores	18.5	16.3	22.2	20.1	18.9
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	566.4	445.3	481.2	499.7	531.0
Gasoline service stations	179.8	162.1	174.3	181.0	153.5
Automotive parts, accessories and services	133.6	115.5	138.3	130.2	128.7
General merchandise stores	269.7	220.1	342.2	261.4	251.5
Other semi-durable goods stores	48.8	36.6	57.3	44.4	49.7
Other durable goods stores	47.1	39.4	66.2	47.8	46.1
Other retail stores	75.4	58.2	80.6	72.5	68.7
<b>Total, all stores</b>	<b>2,076.9</b>	<b>1,752.5</b>	<b>2,149.3</b>	<b>1,990.0</b>	<b>1,961.5</b>
<b>Alberta</b>					
Supermarkets and grocery stores	1,683.0	1,556.5	1,661.7	1,626.0	1,576.3
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	315.7	307.0	362.3	318.8	313.0
Shoe stores	36.9	27.8	37.6	33.6	33.7
Men's clothing stores	47.3	39.0	68.4	42.9	44.8
Women's clothing stores	110.5	89.1	131.3	104.9	103.2
Other clothing stores	186.4	153.6	243.9	202.0	166.2
Household furniture and appliance stores	344.4	334.1	461.2	356.0	308.5
Household furnishings stores	80.5	66.7	85.3	74.2	69.8
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	2,531.1	1,934.7	2,032.9	2,066.4	2,131.0
Gasoline service stations	588.7	538.1	544.9	559.3	491.4
Automotive parts, accessories and services	468.5	348.3	437.7	425.7	431.9
General merchandise stores	843.8	699.8	1,109.8	841.6	793.6
Other semi-durable goods stores	222.6	169.0	266.0	210.5	213.1
Other durable goods stores	205.3	166.4	260.4	215.6	196.9
Other retail stores	439.8	367.2	466.5	437.4	418.2
<b>Total, all stores</b>	<b>8,145.6</b>	<b>6,835.5</b>	<b>8,220.2</b>	<b>7,559.9</b>	<b>7,336.1</b>

Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	
Per cent – Pourcentage					
					<b>Saskatchewan</b>
2.7	0.1	-0.9	-0.8	-1.7	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
-2.4	-4.1	-4.9	-4.4	-4.9	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-6.5	10.9	-3.1	-6.9	-13.9	Magasins de chaussures
3.7	-6.2	-7.7	-6.2	-9.9	Magasins de vêtements pour hommes
-3.1	7.4	2.0	0.8	4.9	Magasins de vêtements pour femmes
5.1	8.4	4.7	6.7	3.7	Autres magasins de vêtements
14.1	11.2	9.1	3.5	8.3	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
-2.1	5.2	7.8	3.1	2.2	Magasins d'accessoires d'ameublement
6.7	8.8	4.0	1.9	-2.2	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
17.1	27.4	26.5	19.5	8.3	Stations-service
3.8	12.5	-0.9	-8.8	1.7	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
7.2	7.3	5.0	8.5	5.5	Magasins de marchandises diverses
-1.8	2.8	0.5	1.8	0.2	Autres magasins de produits semi-durables
2.2	11.6	8.0	3.2	1.8	Autres magasins de produits durables
9.8	7.8	6.9	1.5	2.2	Autres magasins de vente au détail
<b>5.9</b>	<b>7.3</b>	<b>4.1</b>	<b>2.4</b>	<b>0.5</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
					<b>Alberta</b>
6.8	6.2	4.3	3.0	2.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
0.9	1.6	7.0	10.6	6.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
9.5	8.6	1.3	-6.4	-8.4	Magasins de chaussures
5.6	4.0	-5.4	-1.6	-8.6	Magasins de vêtements pour hommes
7.1	5.7	3.5	0.6	1.0	Magasins de vêtements pour femmes
12.2	7.8	-1.5	-6.3	-7.9	Autres magasins de vêtements
11.6	15.2	10.8	11.8	7.5	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
15.3	9.3	-0.4	-1.7	-5.3	Magasins d'accessoires d'ameublement
18.8	13.6	14.7	7.2	-5.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
19.8	33.4	25.1	15.4	4.5	Stations-service
8.5	5.4	1.0	2.0	2.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
6.3	7.0	4.8	9.4	5.3	Magasins de marchandises diverses
4.5	4.8	4.8	6.2	6.3	Autres magasins de produits semi-durables
4.3	3.5	1.7	1.6	-1.8	Autres magasins de produits durables
5.2	7.1	7.2	6.3	8.7	Autres magasins de vente au détail
<b>11.0</b>	<b>10.1</b>	<b>7.9</b>	<b>6.0</b>	<b>0.6</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>British Columbia</b>					
Supermarkets and grocery stores	1,971.9	1,847.0	1,996.1	1,987.4	1,913.6
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	456.9	437.9	518.5	435.1	422.0
Shoe stores	49.6	39.9	52.2	50.7	51.0
Men's clothing stores	44.1	36.3	66.5	41.4	41.0
Women's clothing stores	130.5	107.0	160.9	141.6	130.0
Other clothing stores	207.2	182.2	272.2	220.7	189.9
Household furniture and appliance stores	359.7	344.9	469.2	368.3	334.4
Household furnishings stores	102.2	95.4	126.0	110.5	101.2
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	2,398.9	1,984.6	1,799.6	2,047.2	2,199.6
Gasoline service stations	675.6	567.3	591.8	676.6	597.5
Automotive parts, accessories and services	463.8	404.3	458.5	453.3	441.2
General merchandise stores	949.3	813.5	1,267.2	995.8	936.5
Other semi-durable goods stores	298.1	217.4	320.1	289.9	301.0
Other durable goods stores	278.9	245.0	344.5	290.8	260.1
Other retail stores	445.8	378.5	499.5	471.7	435.4
<b>Total, all stores</b>	<b>8,972.5</b>	<b>7,836.4</b>	<b>9,092.8</b>	<b>8,721.3</b>	<b>8,496.2</b>
<b>Yukon, Northwest Territories and Nunavut</b>					
Supermarkets and grocery stores	56.7	49.3	54.1	56.0	53.7
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	x
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	1.2	0.9	1.4	1.2	1.2
Other clothing stores	x	x	x	x	x
Household furniture and appliance stores	4.5	4.1	5.7	4.6	4.3
Household furnishings stores	1.1	1.0	1.4	1.0	0.8
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	x	x	x	x	x
Gasoline service stations	x	x	x	x	x
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	x
General merchandise stores	61.1	54.7	65.0	60.3	59.8
Other semi-durable goods stores	6.9	5.4	7.7	7.7	6.9
Other durable goods stores	6.2	4.0	6.2	6.5	5.8
Other retail stores	11.8	9.2	11.4	12.3	10.6
<b>Total, all stores</b>	<b>238.7</b>	<b>201.4</b>	<b>224.9</b>	<b>235.3</b>	<b>225.9</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	
Per cent – Pourcentage					
<b>Colombie-Britannique</b>					
3.0	3.2	3.9	1.3	-1.1	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
8.3	5.1	10.6	6.9	1.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-2.7	5.6	0.8	1.4	2.4	Magasins de chaussures
7.6	8.4	2.2	-1.0	-4.4	Magasins de vêtements pour hommes
0.4	2.3	3.9	6.3	-4.6	Magasins de vêtements pour femmes
9.1	12.3	5.0	8.8	10.6	Autres magasins de vêtements
7.6	3.8	5.1	1.3	2.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
1.0	2.8	7.0	10.5	6.5	Magasins d'accessoires d'ameublement
9.1	9.2	4.0	-0.7	-2.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
13.1	23.5	11.8	6.0	-7.7	Stations-service
5.1	7.1	7.1	8.4	1.6	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
1.4	4.8	3.8	10.0	4.4	Magasins de marchandises diverses
-1.0	-2.0	-6.5	0.2	3.3	Autres magasins de produits semi-durables
7.2	1.4	2.2	-2.2	-0.9	Autres magasins de produits durables
2.4	4.3	6.8	5.2	3.0	Autres magasins de vente au détail
<b>5.6</b>	<b>6.4</b>	<b>4.6</b>	<b>3.1</b>	<b>-0.3</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Yukon, Territoires du Nord-Ouest et Nunavut</b>					
5.6	5.1	9.3	8.1	6.3	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
x	x	x	x	x	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
-	-	-6.7	-	-7.7	Magasins de vêtements pour femmes
x	x	x	x	x	Autres magasins de vêtements
4.7	7.9	11.8	2.2	13.2	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
37.5	100.0	75.0	11.1	-	Magasins d'accessoires d'ameublement
x	x	x	x	x	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
x	x	x	x	x	Stations-service
x	x	x	x	x	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
2.2	5.8	7.4	7.7	14.1	Magasins de marchandises diverses
-	10.2	1.3	-2.5	-4.2	Autres magasins de produits semi-durables
6.9	14.3	-4.6	1.6	3.6	Autres magasins de produits durables
11.3	-	10.7	1.7	-17.8	Autres magasins de vente au détail
<b>5.7</b>	<b>7.3</b>	<b>6.9</b>	<b>7.2</b>	<b>6.0</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Yukon</b>					
Supermarkets and grocery stores	26.1	22.5	25.4	26.4	25.0
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	x
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	x	x	x	x	x
Other clothing stores	x	x	x	x	x
Household furniture and appliance stores	x	x	x	x	x
Household furnishings stores	x	x	x	x	x
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	x	x	x	x	x
Gasoline service stations	x	x	x	x	x
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	x
General merchandise stores	x	x	x	x	x
Other semi-durable goods stores	3.3	2.4	3.8	4.6	3.6
Other durable goods stores	x	x	x	x	x
Other retail stores	x	x	x	x	x
<b>Total, all stores</b>	<b>93.8</b>	<b>69.7</b>	<b>81.4</b>	<b>93.9</b>	<b>88.5</b>
<b>Northwest Territories</b>					
Supermarkets and grocery stores	22.1	19.9	21.1	22.2	20.6
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	x
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	x	x	x	x	x
Other clothing stores	x	x	x	x	x
Household furniture and appliance stores	x	x	x	x	x
Household furnishings stores	x	x	x	x	x
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	20.5	x	15.7	20.9	19.3
Gasoline service stations	4.7	x	6.1	5.4	4.3
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	x
General merchandise stores	x	x	x	x	x
Other semi-durable goods stores	x	x	x	x	x
Other durable goods stores	3.0	1.9	3.1	2.4	2.9
Other retail stores	x	x	x	x	x
<b>Total, all stores</b>	<b>98.7</b>	<b>90.2</b>	<b>97.2</b>	<b>97.5</b>	<b>92.7</b>

Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	
Per cent – Pourcentage					
					<b>Yukon</b>
4.4	3.2	5.4	-0.8	2.0	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
x	x	x	x	x	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour femmes
x	x	x	x	x	Autres magasins de vêtements
x	x	x	x	x	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
x	x	x	x	x	Magasins d'accessoires d'ameublement
x	x	x	x	x	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
x	x	x	x	x	Stations-service
x	x	x	x	x	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
x	x	x	x	x	Magasins de marchandises diverses
-8.3	4.3	-	2.2	5.9	Autres magasins de produits semi-durables
x	x	x	x	x	Autres magasins de produits durables
x	x	x	x	x	Autres magasins de vente au détail
<b>6.0</b>	<b>6.4</b>	<b>5.4</b>	<b>4.8</b>	<b>8.2</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
					<b>Territoires du Nord-Ouest</b>
7.3	7.6				Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x				Tous les autres magasins d'alimentation
x	x				Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x				Magasins de chaussures
x	x				Magasins de vêtements pour hommes
x	x				Magasins de vêtements pour femmes
x	x				Autres magasins de vêtements
x	x				Magasins de meubles et d'appareils ménagers
x	x				Magasins d'accessoires d'ameublement
6.2	x				Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
9.3	x				Stations-service
x	x				Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
x	x				Magasins de marchandises diverses
x	x				Autres magasins de produits semi-durables
3.4	5.6				Autres magasins de produits durables
x	x				Autres magasins de vente au détail
<b>6.5</b>	<b>8.0</b>				<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region**  
**(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Nunavut</b>					
Supermarkets and grocery stores	8.5	6.9	7.7	7.3	8.2
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	x
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	x	x	x	x	x
Other clothing stores	x	x	x	x	x
Household furniture and appliance stores	x	x	x	x	x
Household furnishings stores	x	x	x	x	x
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	x	x	x	x	x
Gasoline service stations	x	x	x	x	x
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	x
General merchandise stores	x	x	x	x	x
Other semi-durable goods stores	x	x	x	x	x
Other durable goods stores	x	x	x	x	x
Other retail stores	x	x	x	x	x
<b>Total, all stores</b>	<b>46.2</b>	<b>41.5</b>	<b>46.3</b>	<b>43.8</b>	<b>44.7</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	
Per cent – Pourcentage					
3.7	4.5				<b>Nunavut</b>
x	x				Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x				Tous les autres magasins d'alimentation
					Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x				Magasins de chaussures
x	x				Magasins de vêtements pour hommes
x	x				Magasins de vêtements pour femmes
x	x				Autres magasins de vêtements
x	x				Magasins de meubles et d'appareils ménagers
x	x				Magasins d'accessoires d'ameublement
x	x				Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
x	x				Stations-service
x	x				Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
x	x				Magasins de marchandises diverses
x	x				Autres magasins de produits semi-durables
x	x				Autres magasins de produits durables
x	x				Autres magasins de vente au détail
<b>3.4</b>	<b>7.2</b>				<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 4

**Retail Trade Sample Response Fraction and coefficient of Variation  
(Current Periods)**

	Response fraction Fraction de réponse			
	July 2000 Juillet	June 2000 Juin	May 2000 Mai	April 2000 Avril
	Per cent – Pourcentage			
<b>Trade Group - Canada</b>				
Supermarkets and grocery stores	94.4	95.9	95.2	95.2
All other food stores	85.7	90.4	88.4	88.3
Drugs and patent medicine stores	89.9	90.9	91.0	90.9
Shoe stores	86.0	93.9	94.8	94.0
Men's clothing stores	92.5	93.2	93.0	93.0
Women's clothing stores	92.2	93.5	93.3	92.5
Other clothing stores	92.8	95.6	95.4	95.1
Household furniture and appliance stores	89.3	92.8	93.3	91.4
Household furnishings stores	84.1	88.4	89.2	89.6
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	93.8	95.4	96.4	94.4
Gasoline service stations	93.2	94.2	94.4	93.1
Automotive parts, accessories and services	90.4	93.0	93.0	91.8
General merchandise stores	98.9	99.2	99.0	99.0
Other semi-durable goods stores	86.5	89.3	89.4	90.3
Other durable goods stores	84.6	92.2	91.2	91.3
Other retail stores	91.1	94.9	95.2	93.7
<b>Total, all stores</b>	<b>92.9</b>	<b>94.9</b>	<b>95.0</b>	<b>94.1</b>
<b>Regions</b>				
Newfoundland	96.3	96.5	97.1	97.4
Prince Edward Island	93.8	94.4	94.5	95.1
Nova Scotia	95.5	96.8	96.2	96.7
New Brunswick	91.9	94.0	94.4	94.2
Quebec	92.5	95.0	95.3	93.5
Ontario	93.6	95.2	95.2	94.3
Manitoba	92.0	93.3	92.8	93.5
Saskatchewan	89.1	92.6	93.8	94.0
Alberta	91.9	93.5	94.5	92.8
British Columbia	92.8	95.4	94.9	95.0
Yukon	87.6	89.8	90.1	91.3
Nunavut	86.7	97.1	93.2	97.1
Northwest Territories	92.6	94.7	94.5	95.6

Tableau 4

**Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation (périodes courantes)**

Coefficient of variation Coefficient de variation				
July 2000 Juillet	June 2000 Juin	May 2000 Mai	April 2000 Avril	
Per cent – Pourcentage				
<b>Groupe de commerce - Canada</b>				
2.1	2.0	1.7	1.7	Supermarchés d'alimentation et épiceries
6.4	6.1	6.0	5.9	Tous les autres magasins d'alimentation
2.2	2.2	2.1	2.2	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
2.8	3.1	3.1	2.6	Magasins de chaussures
3.5	3.2	3.3	3.6	Magasins de vêtements pour hommes
2.5	2.8	2.9	3.6	Magasins de vêtements pour femmes
2.2	2.1	2.0	1.8	Autres magasins de vêtements
4.3	4.3	4.2	3.5	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
4.1	3.8	4.5	4.2	Magasins d'accessoires d'ameublement
3.8	3.8	3.9	4.2	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
3.0	3.1	3.0	2.8	Stations-service
2.6	2.6	2.5	2.8	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
1.5	1.3	1.4	0.9	Magasins de marchandises diverses
5.8	5.2	5.0	4.3	Autres magasins de produits semi-durables
3.7	3.8	4.1	3.5	Autres magasins de produits durables
2.7	2.5	3.6	2.4	Autres magasins de vente au détail
1.2	1.3	1.3	1.3	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Régions</b>				
4.2	5.8	7.8	5.7	Terre-Neuve
2.4	2.1	2.1	1.8	Île-du-Prince-Édouard
5.9	4.6	4.2	4.9	Nouvelle-Écosse
4.2	4.7	4.5	4.0	Nouveau-Brunswick
3.1	3.1	3.5	3.5	Québec
2.3	2.5	2.4	2.5	Ontario
2.3	2.5	2.4	2.3	Manitoba
2.6	2.4	2.4	2.3	Saskatchewan
2.8	2.8	3.0	3.1	Alberta
1.9	1.9	1.9	1.8	Colombie-Britannique
0.3	0.4	0.3	0.6	Yukon
-	-	-	-	Nunavut
-	-	-	-	Territoires du Nord Ouest

Table 5

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Historical Estimates)**

	July 2000 Juillet	June 2000 Juin	May 2000 Mai	April 2000 Avril	March 2000 Mars	February 2000 Février	January 2000 Janvier
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Trade Group - Canada</b>							
Supermarkets and grocery stores	4,721.7	4,672.7	4,652.7	4,720.9	4,640.9	4,606.1	4,496.2
All other food stores	374.3	373.1	372.1	375.3	372.9	373.6	370.5
Drugs and patent medicine stores	1,138.0	1,132.3	1,123.9	1,129.2	1,109.0	1,111.1	1,121.2
Shoe stores	136.0	133.5	133.1	129.9	143.6	137.4	137.7
Men's clothing stores	135.0	133.2	131.8	126.1	132.1	130.6	128.1
Women's clothing stores	378.5	382.4	381.7	371.3	390.2	377.2	385.5
Other clothing stores	611.6	601.6	591.7	597.8	592.8	579.0	586.0
Household furniture and appliance stores	1,035.8	1,020.6	1,027.4	1,024.4	1,011.7	987.5	998.5
Household furnishings stores	240.9	231.2	234.0	231.6	229.4	229.7	224.7
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	6,268.9	6,152.3	6,032.9	5,945.0	6,114.7	5,829.8	6,146.8
Gasoline service stations	1,851.6	1,836.9	1,782.6	1,772.3	1,812.5	1,780.7	1,667.4
Automotive parts, accessories and services	1,306.0	1,280.4	1,300.2	1,240.3	1,325.6	1,276.0	1,267.8
General merchandise stores	2,657.2	2,607.7	2,569.9	2,563.9	2,536.0	2,544.8	2,596.1
Other semi-durable goods stores	747.0	733.6	718.7	712.9	726.9	703.1	745.1
Other durable goods stores	612.4	616.4	610.1	588.2	608.3	612.6	606.8
Other retail stores	1,112.5	1,109.1	1,103.0	1,093.3	1,092.8	1,079.7	1,066.6
<b>Total, all stores</b>	<b>23,327.5</b>	<b>23,017.0</b>	<b>22,765.6</b>	<b>22,622.4</b>	<b>22,839.6</b>	<b>22,358.9</b>	<b>22,544.9</b>
<b>Regions</b>							
Newfoundland	377.3	376.6	371.4	373.6	372.4	362.0	364.9
Prince Edward Island	104.4	103.1	103.0	104.6	101.2	102.5	99.4
Nova Scotia	726.4	716.2	696.6	699.6	707.2	697.5	673.3
New Brunswick	577.0	576.6	572.3	573.2	590.0	559.4	566.7
Quebec	5,376.8	5,244.8	5,166.1	5,181.4	5,307.0	5,122.1	5,240.1
Ontario	8,942.5	8,839.9	8,792.2	8,625.4	8,700.8	8,523.1	8,606.3
Manitoba	796.8	778.4	779.6	770.9	779.0	776.6	769.9
Saskatchewan	686.6	684.0	678.1	664.2	679.1	665.9	666.4
Alberta	2,697.2	2,653.8	2,628.2	2,630.8	2,605.8	2,572.2	2,582.0
British Columbia	2,967.5	2,968.7	2,903.0	2,922.3	2,918.7	2,902.2	2,900.9
Yukon	27.8	28.7	28.8	29.2	29.0	28.5	27.9
Nunavut	14.8	15.1	15.0	15.2	15.6	14.7	14.9
Northwest Territories	32.3	31.1	31.3	31.9	33.6	32.2	32.3



Tableau 5

**Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région**  
(estimations historiques)

December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	October 1999 Octobre	September 1999 Septembre	August 1999 Août	July 1999 Juillet	
Millions of dollars – Millions de dollars						
4,663.7	4,574.5	4,540.4	4,550.2	4,553.1	4,537.5	<b>Groupe de commerce - Canada</b>
374.4	371.1	367.3	366.7	365.1	362.3	Supermarchés d'alimentation et épiceries
1,117.5	1,130.7	1,116.3	1,117.4	1,114.1	1,115.3	Tous les autres magasins d'alimentation
						Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
136.5	128.0	137.4	129.4	133.0	136.7	Magasins de chaussures
128.0	129.1	131.3	126.3	132.9	128.5	Magasins de vêtements pour hommes
380.3	383.0	379.8	361.6	379.1	376.7	Magasins de vêtements pour femmes
562.3	557.7	567.1	552.9	559.6	571.4	Autres magasins de vêtements
970.9	945.6	976.4	940.9	934.1	935.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
222.1	229.6	224.0	215.6	216.6	217.9	Magasins d'accessoires d'ameublement
6,107.6	5,877.2	5,657.4	6,069.5	6,009.9	5,858.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
1,690.9	1,629.2	1,610.0	1,584.0	1,569.0	1,515.4	Stations-service
1,312.0	1,276.0	1,249.4	1,259.3	1,251.6	1,222.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
2,482.0	2,446.1	2,580.2	2,578.9	2,582.6	2,544.4	Magasins de marchandises diverses
684.6	710.1	713.4	708.8	727.7	717.8	Autres magasins de produits semi-durables
596.1	588.4	594.0	588.3	587.5	580.9	Autres magasins de produits durables
1,089.2	1,077.6	1,067.4	1,057.6	1,041.7	1,050.6	Autres magasins de vente au détail
<b>22,518.2</b>	<b>22,053.9</b>	<b>21,911.9</b>	<b>22,207.3</b>	<b>22,157.5</b>	<b>21,871.9</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
						<b>Régions</b>
360.0	358.9	354.1	358.6	351.0	350.1	Terre-Neuve
101.8	100.1	99.5	100.8	98.2	98.4	Île-du-Prince-Édouard
704.7	692.4	688.2	688.7	685.2	677.2	Nouvelle-Écosse
570.9	561.2	555.3	560.1	568.0	555.1	Nouveau-Brunswick
5,199.4	5,104.2	5,057.5	5,124.3	5,097.8	5,067.8	Québec
8,548.3	8,425.8	8,392.3	8,458.5	8,572.7	8,375.7	Ontario
778.0	755.5	738.3	775.7	769.1	746.5	Manitoba
673.5	657.7	631.7	657.0	659.0	648.9	Saskatchewan
2,577.4	2,502.7	2,497.2	2,556.9	2,483.1	2,460.5	Alberta
2,928.4	2,821.9	2,825.2	2,852.4	2,800.1	2,819.0	Colombie-Britannique
28.5	27.5	26.4	28.1	27.4	27.5	Yukon
14.5	14.8	14.5	14.8	14.4	14.3	Nunavut
32.8	31.2	31.8	31.5	31.5	31.1	Territoires du Nord Ouest

Table 6

**Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Historical Estimates)**

	July 2000 Juillet	June 2000 Juin	May 2000 Mai	April 2000 Avril	March 2000 Mars	February 2000 Février	January 2000 Janvier
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Trade Group - Canada</b>							
Supermarkets and grocery stores	4,913.8	4,899.7	4,682.4	4,658.9	4,611.8	4,181.9	4,313.4
All other food stores	389.0	393.7	381.0	379.4	354.8	332.6	321.0
Drugs and patent medicine stores	1,099.9	1,123.0	1,118.6	1,078.7	1,101.3	1,043.4	1,070.6
Shoe stores	126.4	144.1	154.8	129.8	116.6	83.3	105.5
Men's clothing stores	116.7	141.8	126.9	110.8	102.1	83.9	98.7
Women's clothing stores	361.3	386.8	408.8	355.9	331.8	264.1	276.1
Other clothing stores	555.4	561.7	554.3	532.8	513.3	394.2	424.8
Household furniture and appliance stores	1,017.3	993.0	940.1	901.7	912.5	791.8	828.9
Household furnishings stores	244.2	238.6	236.1	207.5	214.4	185.6	171.3
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	6,433.3	7,376.7	7,559.6	6,370.7	6,599.5	4,854.5	4,648.2
Gasoline service stations	2,011.7	1,945.3	1,838.8	1,640.3	1,746.2	1,579.4	1,525.5
Automotive parts, accessories and services	1,370.3	1,418.8	1,482.4	1,195.0	1,201.7	985.7	1,050.7
General merchandise stores	2,486.5	2,540.1	2,525.8	2,361.0	2,223.6	1,886.2	1,929.0
Other semi-durable goods stores	778.4	789.1	821.6	632.7	570.0	503.7	537.8
Other durable goods stores	617.9	619.5	606.3	526.0	498.1	455.8	485.8
Other retail stores	1,234.7	1,208.9	1,119.3	1,000.0	977.7	837.9	811.2
<b>Total, all stores</b>	<b>23,756.7</b>	<b>24,780.8</b>	<b>24,557.0</b>	<b>22,081.1</b>	<b>22,075.5</b>	<b>18,463.9</b>	<b>18,598.5</b>
<b>Regions</b>							
Newfoundland	392.9	417.0	402.9	358.8	357.7	285.5	280.8
Prince Edward Island	122.1	117.2	109.4	94.6	87.6	78.0	75.4
Nova Scotia	757.5	788.9	730.1	670.8	666.9	577.2	552.7
New Brunswick	604.1	632.5	627.8	555.7	552.7	444.5	443.4
Quebec	5,497.4	5,709.5	5,798.3	5,268.4	5,199.3	4,184.5	4,250.7
Ontario	9,011.5	9,562.9	9,456.3	8,283.3	8,350.0	7,013.7	7,055.5
Manitoba	794.7	831.2	820.0	749.4	765.7	648.6	641.8
Saskatchewan	697.4	724.9	709.0	643.0	639.4	548.6	564.5
Alberta	2,717.6	2,798.7	2,798.0	2,548.9	2,531.7	2,124.4	2,179.4
British Columbia	3,078.4	3,114.0	3,024.8	2,833.7	2,847.3	2,496.7	2,492.4
Yukon	33.1	34.2	32.6	27.0	26.9	21.2	21.6
Nunavut	15.1	14.7	15.7	15.7	15.5	13.1	13.0
Northwest Territories	35.1	35.0	31.9	31.8	34.9	28.0	27.3

Tableau 6

**Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région**  
(estimations historiques)

December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	October 1999 Octobre	September 1999 Septembre	August 1999 Août	July 1999 Juillet	Year 2000 Année	
Millions of dollars – Millions de dollars							
5,077.3	4,305.8	4,623.8	4,540.9	4,498.3	4,997.8	32,261.9	<b>Groupe de commerce - Canada</b>
473.0	348.4	366.3	357.2	358.5	385.9	2,551.5	Supermarchés d'alimentation et épiceries
1,415.9	1,116.4	1,115.3	1,090.7	1,089.9	1,099.1	7,635.5	Tous les autres magasins d'alimentation
							Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
178.1	140.1	157.1	139.3	135.6	130.1	860.5	Magasins de chaussures
261.0	156.1	136.4	118.6	109.5	115.0	780.9	Magasins de vêtements pour hommes
612.4	410.9	399.7	374.1	359.2	372.0	2,384.8	Magasins de vêtements pour femmes
969.1	618.0	614.1	585.0	604.5	525.5	3,536.5	Autres magasins de vêtements
1,454.4	1,045.9	1,010.8	959.8	942.8	944.5	6,385.3	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
281.9	260.7	233.0	219.6	221.8	225.7	1,497.7	Magasins d'accessoires d'ameublement
5,371.1	5,510.5	5,429.0	6,164.6	5,979.2	6,207.4	43,842.5	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
1,698.2	1,581.1	1,648.3	1,622.5	1,702.0	1,661.0	12,287.2	Stations-service
1,461.4	1,427.9	1,259.0	1,245.6	1,231.1	1,325.3	8,704.6	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
4,147.0	2,961.3	2,683.1	2,499.0	2,480.5	2,417.6	15,952.2	Magasins de marchandises diverses
1,064.1	762.6	689.4	720.2	755.3	757.3	4,633.3	Autres magasins de produits semi-durables
1,127.6	557.0	534.0	573.5	613.5	601.7	3,809.4	Autres magasins de produits durables
1,558.8	1,006.1	1,064.1	1,050.7	1,086.8	1,236.3	7,189.7	Autres magasins de vente au détail
<b>27,151.3</b>	<b>22,208.9</b>	<b>21,963.3</b>	<b>22,261.4</b>	<b>22,168.4</b>	<b>23,002.3</b>	<b>154,313.5</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
							<b>Régions</b>
435.7	376.5	352.8	354.6	363.2	382.2	2,495.6	Terre-Neuve
121.2	97.7	97.2	101.7	111.1	119.0	684.3	Île-du-Prince-Édouard
857.9	708.8	684.8	680.5	700.8	728.3	4,744.1	Nouvelle-Écosse
683.1	569.5	560.7	559.5	583.9	602.0	3,860.7	Nouveau-Brunswick
5,883.1	5,042.7	5,081.5	5,158.3	5,122.0	5,407.2	35,908.1	Québec
10,609.3	8,627.0	8,368.3	8,521.3	8,427.0	8,694.1	58,733.2	Ontario
963.3	760.2	755.2	775.1	762.7	771.1	5,251.4	Manitoba
819.7	667.2	662.4	651.3	661.6	677.1	4,526.8	Saskatchewan
3,167.7	2,533.8	2,518.7	2,531.9	2,487.5	2,540.6	17,698.7	Alberta
3,524.4	2,757.6	2,810.8	2,852.2	2,871.4	2,997.8	19,887.3	Colombie-Britannique
31.3	25.0	25.1	29.0	31.0	33.8	196.6	Yukon
17.3	14.2	14.8	14.3	14.9	14.7	102.8	Nunavut
37.4	28.5	31.2	31.7	31.3	34.5	224.0	Territoires du Nord Ouest

Table 7

**Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region  
(Current Periods)**

	Sales Ventes				
	July 2000 Juillet	June 2000 Juin	May 2000 Mai	April 2000 Avril	Year-to-date 2000 Cumulatif
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Regions</b>					
Newfoundland	107.9	108.9	103.4	99.8	668.5
Prince Edward Island	36.0	32.6	28.8	26.4	189.2
Nova Scotia	209.0	212.9	198.2	193.0	1,314.3
New Brunswick	158.0	161.8	159.5	147.2	1,009.6
Quebec	1,656.2	1,717.8	1,701.2	1,541.3	10,545.3
Ontario	2,970.6	3,026.1	3,051.7	2,702.5	19,082.0
Manitoba	223.6	229.7	228.3	213.7	1,459.9
Saskatchewan	202.7	214.2	211.9	194.3	1,351.7
Alberta	814.8	817.7	807.6	768.1	5,260.5
British Columbia	993.1	984.1	971.5	920.8	6,388.8
Yukon	7.5	7.1	6.5	5.8	42.7
Nunavut	12.1	11.7	12.3	12.5	82.1
Northwest Territories	12.7	13.3	12.6	11.6	82.1
<b>Total</b>	<b>7,404.1</b>	<b>7,537.8</b>	<b>7,493.5</b>	<b>6,836.9</b>	<b>47,476.6</b>

Table 8

**Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region  
(Historical Estimates)**

	July 2000 Juillet	June 2000 Juin	May 2000 Mai	April 2000 Avril	March 2000 Mars	February 2000 Février	January 2000 Janvier
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Regions</b>							
Newfoundland	107.9	108.9	103.4	99.8	92.4	77.8	78.3
Prince Edward Island	36.0	32.6	28.8	26.4	24.1	21.2	20.1
Nova Scotia	209.0	212.9	198.2	193.0	185.8	160.5	154.9
New Brunswick	158.0	161.8	159.5	147.2	141.4	120.6	121.1
Quebec	1,656.2	1,717.8	1,701.2	1,541.3	1,425.1	1,199.7	1,304.0
Ontario	2,970.6	3,026.1	3,051.7	2,702.5	2,634.0	2,303.4	2,393.7
Manitoba	223.6	229.7	228.3	213.7	209.5	177.2	177.9
Saskatchewan	202.7	214.2	211.9	194.3	187.3	167.6	173.7
Alberta	814.8	817.7	807.6	768.1	747.7	645.1	659.5
British Columbia	993.1	984.1	971.5	920.8	905.8	793.3	820.2
Yukon	7.5	7.1	6.5	5.8	6.2	4.8	4.8
Nunavut	12.1	11.7	12.3	12.5	12.5	10.5	10.5
Northwest Territories	12.7	13.3	12.6	11.6	12.0	10.3	9.6
<b>Total</b>	<b>7,404.1</b>	<b>7,537.8</b>	<b>7,493.5</b>	<b>6,836.9</b>	<b>6,583.8</b>	<b>5,692.0</b>	<b>5,928.5</b>



**Tableau 7**
**Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					
July 2000 Juillet	June 2000 Juin	May 2000 Mai	April 2000 Avril	Year-to-date 2000 Cumulatif	
Per cent – Pourcentage					
					Régions
4.1	8.5	1.4	8.8	4.9	Terre-Neuve
0.3	5.8	2.5	15.8	5.8	Île-du-Prince-Édouard
2.7	7.8	-0.4	8.3	4.4	Nouvelle-Écosse
2.1	8.1	5.8	6.0	6.4	Nouveau-Brunswick
2.8	9.0	1.4	2.0	4.7	Québec
3.4	5.7	5.6	3.1	5.6	Ontario
1.7	5.8	4.8	1.3	4.1	Manitoba
0.2	5.3	6.2	1.0	4.1	Saskatchewan
4.4	6.5	6.1	7.6	6.4	Alberta
2.2	5.5	3.8	2.4	3.7	Colombie-Britannique
-	1.4	12.1	9.4	9.5	Yukon
1.7	2.6	0.8	4.2	5.0	Nunavut
5.8	3.1	6.8	-	4.1	Territoires du Nord Ouest
<b>3.0</b>	<b>6.6</b>	<b>4.2</b>	<b>3.5</b>	<b>5.1</b>	<b>Total</b>

**Tableau 8**
**Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)**

December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	October 1999 Octobre	September 1999 Septembre	August 1999 Août	July 1999 Juillet	Year 2000 Année	
Millions of dollars – Millions de dollars							
							Régions
182.8	147.7	119.9	110.3	107.1	103.7	668.5	Terre-Neuve
48.5	33.6	29.8	31.0	36.4	35.9	189.2	Île-du-Prince-Édouard
360.3	261.2	221.3	206.1	215.9	203.6	1,314.3	Nouvelle-Écosse
267.6	198.6	171.0	158.4	162.8	154.7	1,009.6	Nouveau-Brunswick
2,305.6	1,665.7	1,668.5	1,569.3	1,580.8	1,611.8	10,545.3	Québec
4,712.8	3,283.3	3,064.5	2,956.4	2,944.4	2,873.6	19,082.0	Ontario
374.1	250.8	235.9	222.1	227.4	219.9	1,459.9	Manitoba
332.9	232.5	220.1	200.6	208.4	202.2	1,351.7	Saskatchewan
1,317.2	888.1	820.9	800.8	819.1	780.3	5,260.5	Alberta
1,569.5	1,037.5	990.4	994.7	978.7	971.3	6,388.8	Colombie-Britannique
9.3	6.4	6.1	6.7	7.6	7.5	42.7	Yukon
14.1	11.6	12.0	11.7	12.2	11.9	82.1	Nunavut
16.8	12.0	12.5	12.0	11.6	12.0	82.1	Territoires du Nord Ouest
<b>11,511.5</b>	<b>8,029.1</b>	<b>7,572.8</b>	<b>7,280.0</b>	<b>7,312.5</b>	<b>7,188.6</b>	<b>47,476.6</b>	<b>Total</b>

Table 9

## Retail Sales, Canada, Current and Constant (1992) Dollar Estimates

	Unadjusted Non désaisonnalisé				
	Price Index	Current Dollars	Year to year per cent change Variation en pourcentage pour l'année	Constant 1992 dollars Dollars constants 1992	Year to year per cent change Variation en pourcentage pour l'année
	Indice des prix	Dollars courants			
		Millions \$	%	Millions \$	%
<b>1998</b>					
January	107.6	17,223.5	4.8	16,010.9	3.9
February	107.7	16,271.3	4.2	15,108.5	4.0
March	108.7	18,738.1	6.1	17,240.8	5.6
April	108.6	20,804.2	5.1	19,156.7	5.1
May	108.9	22,336.2	2.9	20,512.7	2.5
June	108.8	21,643.7	4.8	19,884.0	4.1
July	107.8	21,696.9	4.7	20,129.8	4.4
August	107.3	20,608.3	1.9	19,207.8	2.0
September	107.6	20,660.5	5.0	19,193.2	4.7
October	107.6	21,078.5	2.1	19,596.3	2.3
November	107.7	20,716.2	2.6	19,243.8	2.4
December	106.1	24,863.5	1.4	23,430.1	1.7
<b>Year</b>	<b>107.9</b>	<b>246,640.9</b>	<b>3.8</b>	<b>228,714.6</b>	<b>3.6</b>
<b>1999</b>					
January	107.9	17,724.5	2.9	16,422.5	2.6
February	108.2	16,936.5	4.1	15,658.8	3.6
March	110.0	20,169.7	7.6	18,335.5	6.3
April	110.4	21,552.2	3.6	19,522.8	1.9
May	110.4	22,659.2	1.4	20,530.3	0.1
June	110.4	22,892.8	5.8	20,728.0	4.2
July	109.9	23,002.3	6.0	20,933.3	4.0
August	110.0	22,168.4	7.6	20,150.1	4.9
September	110.6	22,261.4	7.7	20,125.9	4.9
October	110.2	21,963.3	4.2	19,933.4	1.7
November	110.1	22,208.9	7.2	20,162.6	4.8
December	108.8	27,151.3	9.2	24,949.9	6.5
<b>Year</b>	<b>109.7</b>	<b>260,690.5</b>	<b>5.6</b>	<b>237,453.1</b>	<b>3.8</b>
<b>2000</b>					
January	110.1	18,598.5	4.9	16,896.6	2.9
February	110.7	18,463.9	9.0	16,677.7	6.5
March	112.4	22,075.5	9.4	19,632.4	7.1
April	111.4	22,081.1	2.5	19,829.6	1.6
May	111.8	24,557.0	8.4	21,965.4	7.0
June	112.3	24,780.8	8.2	22,057.3	6.4
July	111.6	23,756.7	3.3	21,291.2	1.7
August					
September					
October					
November					
December					
<b>Year</b>					

1. Seasonally adjusted constant (1992) dollar estimates are derived by deflating, with an implicit price index, the seasonally adjusted current dollar estimate.

Tableau 9

## Commerce de détail, Canada, estimations en dollars courants et constants (1992)

Price Index Indice des prix	Current Dollars Dollars courants	Seasonally adjusted Désaisonnalisé		Constant 1992 dollars <sup>1</sup> Dollars constants 1992 <sup>1</sup>	Month to month per cent change Variation en pourcentage pour le mois	
		Month to month per cent change Variation en pourcentage pour le mois				
	Millions \$	%	Millions \$	%		
						<b>1998</b>
107.7	20,053.5	-3.8	18,617.3	-3.1		Janvier
107.5	20,348.0	1.5	18,926.9	1.7		Février
107.5	20,338.8	0.0	18,923.0	0.0		Mars
107.5	20,727.2	1.9	19,274.8	1.9		Avril
107.9	20,690.3	-0.2	19,170.9	-0.5		Mai
108.0	20,455.0	-1.1	18,931.5	-1.2		Juin
107.8	20,625.3	0.8	19,138.1	1.1		Juillet
107.7	20,560.3	-0.3	19,086.2	-0.3		Août
108.0	20,744.9	0.9	19,202.0	0.6		Septembre
107.9	20,578.6	-0.8	19,068.4	-0.7		Octobre
108.1	20,827.8	1.2	19,269.9	1.1		Novembre
107.9	20,691.3	-0.7	19,174.7	-0.5		Décembre
<b>107.8</b>	<b>246,641.0</b>	<b>...</b>	<b>228,783.7</b>	<b>...</b>		<b>Année</b>
						<b>1999</b>
108.2	21,100.2	2.0	19,507.9	1.7		Janvier
108.1	21,231.3	0.6	19,644.7	0.7		Février
108.7	21,397.1	0.8	19,690.2	0.2		Mars
109.3	21,353.8	-0.2	19,536.4	-0.8		Avril
109.4	21,349.1	0.0	19,507.8	-0.1		Mai
109.5	21,538.6	0.9	19,662.6	0.8		Juin
109.9	21,871.9	1.5	19,906.4	1.2		Juillet
110.4	22,157.5	1.3	20,065.2	0.8		Août
110.9	22,207.3	0.2	20,022.4	-0.2		Septembre
110.6	21,911.9	-1.3	19,818.4	-1.0		Octobre
110.6	22,053.9	0.6	19,944.3	0.6		Novembre
111.0	22,518.2	2.1	20,283.4	1.7		Décembre
<b>109.7</b>	<b>260,690.8</b>	<b>...</b>	<b>237,589.7</b>	<b>...</b>		<b>Année</b>
						<b>2000</b>
110.0	22,544.9	0.1	20,503.0	1.1		Janvier
110.3	22,358.9	-0.8	20,275.5	-1.1		Février
111.2	22,839.6	2.1	20,541.9	1.3		Mars
110.5	22,622.4	-1.0	20,476.8	-0.3		Avril
111.0	22,765.6	0.6	20,511.9	0.2		Mai
111.5	23,017.0	1.1	20,647.4	0.7		Juin
111.5	23,327.5	1.3	20,929.7	1.4		Juillet
						Août
						Septembre
						Octobre
						Novembre
						Décembre
						<b>Année</b>

1. La désaisonnalisation des estimations en dollars constants (1992) s'obtient en dégonflant avec un indice implicite, les données désaisonnalisées en dollars courants.





## APPENDIX I

## Definitions

**Retail Trade**, for the purpose of this publication, is defined as "the aggregate sales made through retail locations (outlets)".

A **retail location**, as defined by Statistics Canada, is a "business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public, for household or personal consumption". Retail trade estimates do **not** include any form of direct selling which bypasses the retail store, e.g., direct door-to-door selling; sales made through automatic vending machines; sales of newspapers or magazines sold directly by printers or publishers; and sales made by book and record clubs. The only exception is the mail-order and catalogue sales activities of department store businesses which have been classified to the "general merchandise store" category. In addition, retail trade excludes retail sales through ancillary units, (e.g., warehouses, head offices, etc.), sales of contractors whose major activity is not retailing; and retail transactions between individuals.

**Total net sales** include sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, food serving and other service activities, **less** returns, adjustments and discounts. Total net sales also include trade-in allowances, commissions earned from sales of goods owned by others (including commissions received for lottery ticket sales) and proprietor's withdrawals of goods for personal use (at retail). Non-operating revenues, bad debts recovered and sales taxes (provincial sales taxes, the Goods and Services Tax (GST) and the Harmonized Sales Tax (HST)) collected for remittance to a government agency are excluded. Prior to January 1991, sales data included the Federal Sales Tax (FST). Due to this change in indirect taxes, data prior to 1991 are not strictly comparable with those of subsequent years. For users interested in deriving comparable data, an estimate of the amount of FST included in retail sales for 1990 is available for Canada from the Retail Trade Section. The reliability of this estimate does not permit adjustments at the provincial level.

**Department store type merchandise (DSTM)** is defined as total retail trade minus the following trade groups: super-markets and grocery stores; all other food stores; recreational and motor vehicle dealers; gasoline service stations; automotive parts, accessories and services; and all other retail stores (includes liquor, wine and beer stores and retail stores, n.e.c.).

## ANNEXE I

## Définitions

**Commerce de détail** signifie, pour les besoins de la présente publication, « l'ensemble des ventes effectuées par des points de vente au détail ».

Un **point de vente au détail**, suivant la définition de Statistique Canada, est un « local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et de services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle ». Les estimations relatives au commerce de détail **ne prennent pas en compte** les ventes directes, c'est- dire les ventes qui ne sont pas effectuées par l'intermédiaire d'un point de vente au détail, par exemple les ventes directes par démarchage, les ventes par distributeur automatique, les ventes de journaux ou de revues effectuées directement par les imprimeurs et les éditeurs, et les ventes effectuées par les clubs de livres et les clubs de disques. Il n'y a qu'une exception: les ventes des grands magasins effectuées par la poste ou par catalogue, qui sont classées dans la catégorie des « magasins de marchandises diverses ». En outre, le commerce de détail ne comprend pas les ventes au détail des unités auxiliaires (par exemple, entrepôts, sièges sociaux, etc.), ni les ventes des entrepreneurs dont l'activité principale ne relève pas du commerce de détail, ni les opérations de vente au détail entre particuliers.

**Les ventes nettes totales** comprennent les ventes de marchandises neuves et d'occasion et les recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres activités de services, **moins** la valeur des rendus (marchandises retournées), les ajustements et les rabais. Les ventes totales nettes comprennent également la valeur des reprises, les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui (y compris les commissions touchées pour la vente de billets de loterie) et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel. On ne prend pas en compte les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente (les taxes de vente provinciale, la taxe sur les produits et les services (TPS) et la taxe de vente harmonisée (TVH)) perçues pour le compte d'un organisme public. Les données sur les ventes antérieures à janvier 1991 incluent la taxe de vente fédérale (TVF). D  à ce changement dans les taxes indirectes, les données avant 1991 ne sont pas tout à fait comparables avec celles des années subséquentes. Pour les utilisateurs intéressés à calculer des données comparables, une estimation du montant de la TVF inclus dans les ventes au détail pour 1990 est disponible pour le Canada auprès de la Section du commerce de détail. Cette estimation n'est pas suffisamment fiable pour permettre des ajustements au niveau provincial.

**Les marchandises du genre de celles vendues dans les grands magasins (MGGM)** correspondent au total du commerce de détail moins les groupes de commerce suivants: les supermarchés d'alimentation et les  p ceries; tous les autres magasins d'alimentation; les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs; les stations-service; les magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services; et les autres magasins de vente au détail (comprend les magasins de spiritueux, de vin et de bière et les magasins de vente au détail, n.c.a.).

## APPENDIX II

## Trade Group Coverage

**010 Supermarkets and Grocery Stores**

6011 Supermarkets  
6012 Grocery stores(except supermarkets)

**020 All Other Food Stores**

6013 Bakery products stores  
6014 Candy and nut stores  
6015 Fruit and vegetable stores  
6016 Meat markets  
6019 Other specialty food stores, n.e.c.

**030 Drugs and Patent Medicine Stores**

6031 Pharmacies  
6032 Patent medicine and toiletries stores

**040 Shoe Stores**

6111 Shoe stores

**050 Men's Clothing Stores**

6121 Men's clothing stores

**060 Women's Clothing Stores**

6131 Women's clothing stores

**070 Other Clothing Stores**

6141 Children's clothing stores  
6142 Fur goods stores  
6149 Other clothing stores, n.e.c.  
6151 Fabric and yarn stores

**080 Household Furniture and Appliance Stores**

6211 Household furniture stores (with appliances and furnishings)  
6212 Household furniture stores (without appliances and furnishings)  
6213 Furniture refinishing and repair shops  
6221 Appliance, television, radio and stereo stores  
6222 Television, radio and stereo stores  
6223 Appliance, television, radio and stereo repair shops

**090 Household Furnishings Stores**

6231 Floor covering stores  
6232 Drapery stores  
6239 Other household furnishings stores

## ANNEXE II

## Couverture des groupes de commerce

**010 Supermarchés d'alimentation et épiceries**

6011 Supermarchés d'alimentation  
6012 Épiceries (sauf les supermarchés)

**020 Tous les autres magasins d'alimentation**

6013 Boulangeries-pâtisseries  
6014 Confiseries et magasins de noix  
6015 Magasins de fruits et légumes  
6016 Marchés de viande  
6019 Autres magasins d'alimentation spécialisés, n.c.a.

**030 Pharmacies et magasins de médicaments brevetés**

6031 Pharmacies  
6032 Magasins de médicaments brevetés et de produits de toilette

**040 Magasins de chaussures**

6111 Magasins de chaussures

**050 Magasins de vêtements pour hommes**

6121 Magasins de vêtements pour hommes

**060 Magasins de vêtements pour dames**

6131 Magasins de vêtements pour dames

**070 Autres magasins de vêtements**

6141 Magasins de vêtements pour enfants  
6142 Magasins de fourrures  
6149 Autres magasins de vêtements, n.c.a.  
6151 Magasins de tissus et de filés

**080 Magasins de meubles et d'appareils ménagers**

6211 Magasins de meubles de maison (avec appareils ménagers et accessoires d'ameublement)  
6212 Magasins de meubles de maison (sans appareils ménagers ni accessoires d'ameublement)  
6213 Ateliers de réparation de meubles  
6221 Magasins d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques  
6222 Magasins de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques  
6223 Ateliers de réparation d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques

**090 Magasins d'accessoires d'ameublement**

6231 Magasins de revêtements de sol  
6232 Magasins de tentures  
6239 Autres magasins d'accessoires d'ameublement

<b>100</b>	<b>Motor and Recreational Vehicle Dealers</b>	<b>100</b>	<b>Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs</b>
6311	Automobile (new) dealers	6311	Concessionnaires d'automobiles neuves
6312	Automobile (used) dealers	6312	Concessionnaires d'automobiles d'occasion
6321	Motor home and travel trailer dealers	6321	Marchands de roulottes motorisées et de roulottes de voyage
6322	Boats, outboard motors and boating accessories dealers	6322	Marchands de bateaux, de moteurs hors-bord et d'accessoires pour bateaux
6323	Motorcycle and snowmobile dealers	6323	Marchands de motocyclettes et de motoneiges
6329	Other recreational vehicle dealers	6329	Autres marchands de véhicules de loisir
<b>110</b>	<b>Gasoline Service Stations</b>	<b>110</b>	<b>Stations-service</b>
6331	Gasoline service stations	6331	Stations-service
<b>120</b>	<b>Automotive Parts, Accessories and Services</b>	<b>120</b>	<b>Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services</b>
6341	Home and auto supply stores	6341	Magasins de fournitures pour la maison et pour l'automobile
6342	Tire, battery, parts and accessories stores	6342	Magasins de pneus, d'accumulateurs, de pièces et d'accessoires
6351	Garages (general repairs)	6351	Garages (réparations générales)
6352	Paint and body repair shops	6352	Ateliers de peinture et de carrosserie
6353	Muffler replacement shops	6353	Ateliers de remplacement de silencieux
6354	Motor vehicle glass replacement shops	6354	Ateliers de remplacement de glaces pour véhicules automobiles
6355	Motor vehicle transmission repair and replacement shops	6355	Ateliers de réparation et de remplacement de boîtes de vitesse de véhicules automobiles
6359	Other motor vehicle repair shops	6359	Autres ateliers de réparation de véhicules automobiles
6391	Car washes	6391	Lave-autos
6399	Other motor vehicle services, n.e.c.	6399	Autres services pour véhicules automobiles, n.c.a.
<b>130</b>	<b>General Merchandise Stores</b>	<b>130</b>	<b>Magasins de marchandises diverses</b>
6411	Department stores	6411	Magasins à rayons
6412	General stores	6412	Magasins généraux
6413	Other general merchandise stores (variety and general merchandise stores)	6413	Autres magasins de marchandises diverses (bazars et magasins de marchandises diverses)
<b>140</b>	<b>Other Semi-Durable Goods Stores</b>	<b>140</b>	<b>Autres magasins de produits semi-durables</b>
6511	Book and stationery stores	6511	Librairies et papeteries
6521	Florist shops	6521	Fleuristes
6522	Lawn and garden centres	6522	Centres de jardinage
6531	Hardware stores	6531	Quincailleries
6532	Paint, glass and wallpaper stores	6532	Magasins de peinture, de vitre et de papier peint
6581	Toy and hobby stores	6581	Magasins de jouets et d'articles de loisir
6582	Gift, novelty and souvenir stores	6582	Magasins de cadeaux, d'articles de fantaisie et de souvenirs
<b>150</b>	<b>Other Durable Goods Stores</b>	<b>150</b>	<b>Autres magasins de produits durables</b>
6541	Sporting goods stores	6541	Magasins d'articles de sport
6542	Bicycle shops	6542	Magasins de bicyclettes
6551	Musical instrument stores	6551	Magasins d'instruments de musique
6552	Record and tape stores	6552	Magasins de disques et de bandes magnétiques
6561	Jewellery stores	6561	Bijouteries
6562	Watch and jewellery repair shops	6562	Ateliers de réparation de montres et de bijoux
6571	Camera and photographic supply stores	6571	Magasins d'appareils et de fournitures photographiques

**160 Other Retail Stores**

6021	Liquor stores
6022	Wine stores
6023	Beer stores
6591	Second-hand merchandise stores, n.e.c.
6592	Opticians' shops
6593	Art galleries and artists' supply stores
6594	Luggage and leather goods stores
6595	Monument and tombstone dealers
6596	Pet stores
6597	Coin and stamp dealers
6598	Mobile home dealers
6599	Other retail stores, n.e.c.

**160 Autres magasins de vente au détail**

6021	Magasins de spiritueux
6022	Magasins de vin
6023	Magasins de bière
6591	Magasins de marchandises d'occasion, n.c.a.
6592	Opticiens
6593	Galleries d'art et magasins de fournitures pour artistes
6594	Magasins de bagages et de maroquinerie
6595	Magasins de monuments funéraires et de pierres tombales
6596	Magasins d'animaux de maison
6597	Marchands de pièces de monnaie et de timbres
6598	Marchands de maisons mobiles
6599	Autres magasins de vente au détail, n.c.a.






# ORDER FORM

Statistics Canada

## TO ORDER:


 **MAIL**  
Statistics Canada  
Dissemination Division  
Circulation Management  
120 Parkdale Avenue  
Ottawa, Ontario  
K1A 0T6 Canada



**PHONE**  
1 800 267-6677  
(613) 951-7277



**FAX**  
1 877 287-4369  
(613) 951-1584

 **E-MAIL:** [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca)

(Please print)



**1 800 363-7629**  
Telecommunication Device  
for the Hearing Impaired

Company

Department

Attention

Title

Address

City

Province

Postal Code

Phone

Fax

E-mail Address:

**Your personal information is protected by the Privacy Act.\*\***

## METHOD OF PAYMENT:

(Check only one)



Please charge my:



VISA



MasterCard

Card Number

Expiry Date

Cardholder (please print)

Signature



Payment enclosed \$

(payable to the Receiver General for Canada)



Purchase  
Order Number  
(please enclose)

Authorized Signature

Catalogue  
Number

Title

Date of  
issue(s)  
or  
indicate an  
"S" for  
subscription(s)

Price  
(All prices exclude  
sales tax)

\*Shipping Charges  
(Applicable to  
shipments sent  
outside Canada)

Quantity

Total  
\$

\*Shipping charges: No shipping charges for delivery in Canada. For shipments to the United States, please add \$6 per issue or item ordered. For shipments to other countries, please add \$10 per issue or item ordered. Annual frequency = 1. Quarterly frequency = 4. Monthly frequency = 12.

Canadian clients add **either** 7% GST and applicable PST or HST (GST Registration No. R121491807).

Clients outside Canada pay in Canadian dollars drawn on a Canadian bank or pay in equivalent US dollars, converted at the prevailing daily exchange rate, drawn on a US bank.

Statistics Canada is FIS-ready. Federal government departments and agencies must include with all orders their IS Organization Code \_\_\_\_\_ and IS Reference Code \_\_\_\_\_.

\*\* Statistics Canada will only use your information to complete this sales transaction, deliver your product(s), and administer your account. From time to time, we may also offer you other Statistics Canada products and services and conduct market research. If you do not wish to be contacted again for promotional purposes ☐ and/or market research, ☐ check as appropriate and fax or mail this page to us, call 1 800 700-1033 or e-mail [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca).

SUBTOTAL

GST (7%)

Applicable PST

Applicable HST  
(N.S., N.B., Nfld.)

GRAND TOTAL

PF099000

## THANK YOU FOR YOUR ORDER!

Statistics Canada  
Statistique Canada

[www.statcan.ca](http://www.statcan.ca)

Canada





# BON DE COMMANDE

Statistique Canada

## POUR COMMANDER :



COURRIER

Statistique Canada  
Division de la diffusion  
Gestion de la circulation  
120, avenue Parkdale  
Ottawa (Ontario)  
K1A 0T6 Canada



TÉLÉPHONE  
1 800 267-6677  
(613) 951-7277



TÉLÉCOPIEUR  
1 877 287-4369  
(613) 951-1584



COURRIEL : [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca)



1 800 363-7629  
Appareils de télécommunications  
pour les malentendants

(Veuillez écrire en majuscules)

Compagnie

Service

À l'attention de

Fonction

Adresse

Ville

Province

Code postal

Téléphone

Télécopieur

Courriel :

Vos renseignements personnels sont protégés par la Loi sur la protection des renseignements personnels.\*\*

## MODALITÉS DE PAIEMENT :

(Cochez une seule case)



Veuillez débiter mon compte



VISA



MasterCard

N° de carte

Date d'expiration

Détenteur de carte (en majuscules s.v.p.)

Signature



Paiement inclus \$

(à l'ordre du Receveur général du Canada)



N° du bon  
de commande

(veuillez joindre le bon)

Signature de la personne autorisée

Numéro au catalogue	Titre	Édition(s) demandée(s) ou inscrire « A » pour les abonnements	Prix (Les prix n'incluent pas la taxe de vente)	*Frais de port (Pour les envois à l'extérieur du Canada)	Quantité	Total \$

\*Frais de port : Aucuns frais pour les envois au Canada. Pour les envois à destination des États-Unis, veuillez ajouter 6 \$ pour chaque numéro ou article commandé. Pour les envois à destination des autres pays, veuillez ajouter 10 \$ pour chaque numéro ou article commandé. Fréquence des parutions : publication annuelle = 1; publication trimestrielle = 4; publication mensuelle = 12.

TOTAL

Les clients canadiens ajoutent soit la TPS de 7 % et la TVP en vigueur, soit la TVH (TPS numéro R121491807).

TPS (7 %)

Les clients de l'étranger paient en dollars canadiens tirés sur une banque canadienne ou en dollars US tirés sur une banque américaine selon le taux de change quotidien en vigueur.

TVP en vigueur

Statistique Canada utilise la SIF. Les ministères et les organismes du gouvernement fédéral doivent indiquer sur toutes les commandes leur code d'organisme RI et leur code de référence RI.

TVH en vigueur (N.-É., N.-B., T.-N.)

\*\* Statistique Canada utilisera les renseignements qui vous concernent seulement pour effectuer la présente transaction, livrer votre (vos) produit(s) et gérer votre compte. Nous pourrions de temps à autre vous informer au sujet d'autres produits et services de Statistique Canada et mener des études de marché. Si vous ne voulez pas qu'on communique avec vous de nouveau pour des promotions ou des études de marché, cochez la case correspondante et faites-nous parvenir cette page par télécopieur ou par la poste, téléphonez-nous au 1 800 700-1033 ou envoyez un courriel à [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca).

TOTAL GÉNÉRAL

PF099000

## MERCI DE VOTRE COMMANDE!



Statistique Canada  
Statistics Canada

[www.statcan.ca](http://www.statcan.ca)

Canada

# Do You Suffer from Information Overload?

The amount of information available to people whose jobs depend on educated decision-making has exploded. The truth is that making decisions with too much information can be even harder than making them with too little!

## We Have a Cure!

Every Friday, Statistics Canada releases **Infomat**, our highly informative weekly review that **sums up** our major socio-economic reports, surveys and product releases. In only 10 pages, **Infomat** presents key information in **short articles** with easy-to-read **charts** and **tables** about:

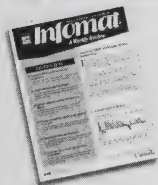
- trade
- transportation
- consumer prices
- GDP
- travel and tourism
- manufacturing
- retailing and wholesaling
- employment
- finance
- and much more

## Invest just 10 minutes a week with Infomat

When you get information from **Infomat**, it hasn't been manipulated or massaged. It gives you the **straight facts**—sometimes surprising, always precise and up-to-date! In about 10 minutes, you can gain a precise understanding of the latest social and economic developments in Canada.

**Infomat** is available **every week** on the Statistics Canada Web site (Catalogue No. 11-002-XIE) and in paper (Catalogue No. 11-002-XPE). Download it yourself every Friday, or have us send it to you—the choice is yours!

**Unzip Infomat on line!** The Internet version is available for \$109 per year (plus taxes, where applicable) at [www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/subscribe.cgi?catno=11-002-XIE](http://www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/subscribe.cgi?catno=11-002-XIE)



Save 20% on a 2-year subscription or 30% on a 3-year subscription

**There are 5 easy ways to order the print version of Infomat** (\$145 per year). In Canada, please add either GST and applicable PST or HST. Shipping charges: No shipping charges for delivery in Canada. For shipments to the United States, please add \$300. For shipments to other countries, please add \$500.

**CALL:** 1 800 267-6677 or (613) 951-7277  
**FAX:** 1 877 287-4369 or (613) 951-1584  
**MAIL:** Statistics Canada, Dissemination Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6, Canada  
**E-MAIL:** [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca)  
**CONTACT:** your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre at 1 800 263-1136

Federal Government Departments and Agencies must include their IS Organization Code and IS Reference Code with all orders.

**Bypass information overload with Infomat !**  
**Subscribe today.**  
**Visit our Web site: [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca)**



729MISG00010

# Vous souffrez d'infobésité?

Aujourd'hui, la quantité d'information offerte aux personnes qui doivent prendre des décisions éclairées dans leur travail est tout simplement phénoménale. Une surabondance d'information peut rendre la prise de décisions encore plus difficile qu'une carence en information!

## Nous avons l'antidote!

Le vendredi, Statistique Canada publie **Infomat**, notre bulletin hebdomadaire hautement informatif où sont **résumés** nos

principaux rapports, enquêtes et produits de données socioéconomiques. En 10 pages seulement, **Infomat** présente de l'information clé dans de **courts articles** comportant des **graphiques** et des **tableaux** faciles à consulter sur :

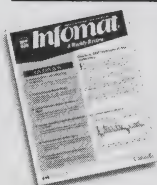
- le commerce
- le commerce de gros et de détail
- les prix à la consommation
- le PIB
- les voyages et le tourisme
- la fabrication
- le transport
- l'emploi
- la finance
- et plus encore

## Investissez 10 minutes de votre temps par semaine avec Infomat

L'information que vous procure **Infomat** n'est pas remaniée ou maquillée. On vous donne **les faits tels quels**, parfois étonnants, mais toujours précis et à jour! En une dizaine de minutes seulement, vous serez en mesure de bien comprendre les changements sociaux et économiques du Canada.

**Infomat** est accessible **chaque semaine** sur le site Web de Statistique Canada (n° 11-002-XIF au catalogue) et en version imprimée (n° 11-002-XPF au catalogue). Téléchargez-le vous-même chaque vendredi ou demandez-nous de vous l'expédier. À vous de choisir!

**Infomat en direct!** Procurez-vous la version Internet pour 109 \$ par année (plus taxes, s'il y a lieu) à [www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/subscribe.cgi?catno=11-002-XIF](http://www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/subscribe.cgi?catno=11-002-XIF)



**Économisez 20 % sur un abonnement de deux ans et 30 % sur un abonnement de trois ans**

**Voici cinq moyens faciles de commander la version imprimée d'Infomat** (145 \$ par année). Au Canada, veuillez ajouter soit la TPS et la TVP en vigueur, soit la TVH. Frais de port : Aucuns frais pour les envois au Canada. Pour les envois à destination des États-Unis, veuillez ajouter 300 \$. Pour les envois à destination des autres pays, veuillez ajouter 500 \$.

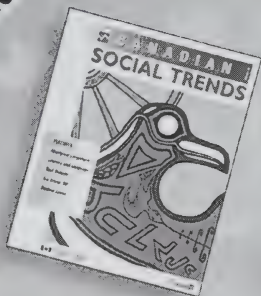
**TÉLÉPHONE :** 1 800 267-6677 ou (613) 951-7277  
**TÉLÉCOPIEUR :** 1 877 287-4369 ou (613) 951-1584  
**COURRIER :** Statistique Canada, Division de la diffusion, Gestion de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario), K1A 0T6, Canada  
**COURRIEL :** [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca)  
**COMMUNIQUEZ :** avec le centre de consultation de Statistique Canada situé dans votre région au 1 800 263-1136

Les ministères et organismes fédéraux doivent fournir leur code d'organisme RI et leur code de référence RI avec chaque commande.

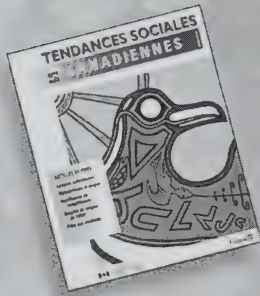
**Remédiez à l'infobésité avec Infomat !**  
**Abonnez-vous dès aujourd'hui.**  
**Visitez notre site Web : [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca)**



## Canadians in the spotlight



## Pleins feux sur les Canadiens



**S**ociety is changing rapidly. It's a constant challenge for you to stay informed about the important social issues and trends affecting us all. **Canadian Social Trends** helps you meet that challenge successfully by bringing you dynamic and invaluable social analysis in a clear, concise and highly readable format.

Each issue of this popular Statistics Canada quarterly brings key elements of Canadian life into the spotlight — labour markets, immigration, evolving family structure, standard of living. The easy-to-read articles draw from a wide range of demographic, social and economic data sources. Tables and charts highlight key points. A Social Indicators table tracks change.

Social science professionals, researchers, business and policy analysts, educators, students and the general public rely on **Canadian Social Trends**. Subscribing today will help you keep abreast of change, evaluate social conditions, plan programs or services, and much more!

Visit the "In-Depth" section of our Web site at [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca) to view some recent articles.

### Subscribe today! You won't want to miss a single issue!

Only \$36 annually! In Canada, please add either GST and applicable PST or HST. Shipping charges: No shipping charges for delivery in Canada. For shipments to the United States, please add \$24. For shipments to other countries, please add \$40. To order **Canadian Social Trends** (Cat. No. 11-008-XPE), write to Statistics Canada, Dissemination Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6, Canada, or contact the nearest Statistics Canada Regional Reference Centre listed in this publication. If more convenient, fax your order to 1 877 287-4569, call 1 800 267-6677 or send an e-mail to [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca). Subscribe on our Web site to the downloadable version of **Canadian Social Trends** (Cat. No. 11-008-XIF) for only \$27 (plus taxes, where applicable). URL: [www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/feepub.cgi](http://www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/feepub.cgi)

**L**a société évolue rapidement. Et vous devez constamment chercher à demeurer au fait des questions et des tendances sociales importantes qui touchent chacun de nous. **Tendances sociales canadiennes** vous aide à relever ce défi avec succès en vous présentant une analyse sociale à la fois dynamique et d'une valeur inestimable dans un texte clair, concis et fort compréhensible.

Chaque numéro de ce populaire trimestriel de Statistique Canada s'intéresse à des éléments clés de la vie canadienne tels que : marchés du travail, immigration, structure familiale en évolution, niveau de vie. De lecture facile, les articles qu'on y trouve puisent dans une foule de sources de données démographiques, sociales et économiques. Des tableaux et des graphiques en illustrent les points saillants. Un tableau des indicateurs sociaux permet de suivre l'évolution des choses.

Les professionnels des sciences sociales, les chercheurs, les analystes du monde des affaires et des politiques, les enseignants, les étudiants et le grand public se fient à **Tendances sociales canadiennes**. Vous abonner aujourd'hui vous aidera à rester à la fine pointe du changement, à évaluer la conjoncture sociale, à planifier des programmes ou des services, et plus encore!

Visitez la section « En profondeur » de notre site Web à [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca) pour consulter certains des articles publiés récemment.

### Abonnez-vous aujourd'hui! Vous ne saurez vous passer d'un seul numéro!

Seulement 36 \$ par année! Au Canada, veuillez ajouter soit la TPS et la TVP en vigueur, soit la TVH. Frais de port : Aucuns frais pour les envois au Canada. Pour les envois à destination des États-Unis, veuillez ajouter 24 \$. Pour les envois à destination des autres pays, veuillez ajouter 40 \$. Pour commander **Tendances sociales canadiennes** (n° 11-008-XPF au cat.), écrivez à Statistique Canada, Division de la diffusion, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario), K1A 0T6, Canada. Ou communiquez avec le Centre de consultation régional le plus près (voir la liste figurant dans la présente publication). Vous pouvez passer votre commande par télécopieur au 1 877 287-4569, par téléphone au 1 800 267-6677 ou par courriel à : [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca). Abonnez-vous sur notre site Web à la version téléchargeable (n° 11-008-XIF au cat.) pour seulement 27 \$ (taxes en sus, s'il y a lieu). URL : [www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/feepub\\_f.cgi](http://www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/feepub_f.cgi)



Catalogue no. 63-005-XPB

# Retail Trade

August 2000

N° 63-005-XPB au catalogue

# Commerce de détail

Août 2000

Government  
Publications



Statistics  
Canada

Statistique  
Canada

Canada



## How to obtain more information

Specific inquiries about this product and related statistics or services should be directed to: Marketing and Client Services Section, Distributive Trades Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (telephone: (613) 951-3549) or toll free at 1 877 421-3067).

For information on the wide range of data available from Statistics Canada, you can contact us by calling one of our toll-free numbers. You can also contact us by e-mail or by visiting our Web site.

National inquiries line	1 800 263-1136
National telecommunications device for the hearing impaired	1 800 363-7629
Depository Services Program inquiries	1 800 700-1033
Fax line for Depository Services Program	1 800 889-9734
E-mail inquiries	infostats@statcan.ca
Web site	www.statcan.ca

## Ordering and subscription information

This product, Catalogue no. 63-005-XPB, is published monthly as a standard printed publication at a price of CDN \$21.00 per issue and CDN \$206.00 for a one-year subscription. The following additional shipping charges apply for delivery outside Canada:

	Single issue	Annual subscription
United States	CDN \$ 6.00	CDN \$72.00
Other countries	CDN \$ 10.00	CDN \$120.00

This product is also available in electronic format on the Statistics Canada Internet site as Catalogue no. 63-005-XIB at a price of CDN \$16.00 per issue and CDN \$155.00 for a one-year subscription. To obtain single issues or to subscribe, visit our Web site at [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca), and select Products and Services.

All prices exclude sales taxes.

The printed version of this publication can be ordered by

- Phone (Canada and United States) **1 800 267-6677**
- Fax (Canada and United States) **1 877 287-4369**
- E-mail **order@statcan.ca**
- Mail Statistics Canada  
Dissemination Division  
Circulation Management  
120 Parkdale Avenue  
Ottawa, Ontario K1A 0T6
- And, in person at the Statistics Canada Reference Centre nearest you, or from authorised agents and bookstores.

When notifying us of a change in your address, please provide both old and new addresses.

## Standards of service to the public

Statistics Canada is committed to serving its clients in a prompt, reliable and courteous manner and in the official language of their choice. To this end, the Agency has developed standards of service which its employees observe in serving its clients. To obtain a copy of these service standards, please contact Statistics Canada toll free at 1 800 263-1136.

## Comment obtenir d'autres renseignements

Toute demande de renseignements au sujet du présent produit ou au sujet de statistiques ou de services connexes doit être adressée à : Section du marketing et service à la clientèle, Division de la statistique du commerce, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (téléphone : (613) 951-951-3549) ou sans frais au 1 877 421-3067).

Pour obtenir des renseignements sur l'ensemble des données de Statistique Canada qui sont disponibles, veuillez composer l'un des numéros sans frais suivants. Vous pouvez également communiquer avec nous par courriel ou visiter notre site Web.

Service national de renseignements	1 800 263-1136
Service national d'appareils de télécommunications pour les malentendants	1 800 363-7629
Renseignements concernant le Programme des bibliothèques de dépôt	1 800 700-1033
Télécopieur pour le Programme des bibliothèques de dépôt	1 800 889-9734
Renseignements par courriel	infostats@statcan.ca
Site Web	www.statcan.ca

## Renseignements sur les commandes et les abonnements

Le produit n° 63-005-XPB au catalogue est publié mensuellement en version imprimée standard et est offert au prix de 21 \$ CA l'exemplaire et de 206 \$ CA pour un abonnement annuel. Les frais de livraison supplémentaires suivants s'appliquent aux envois à l'extérieur du Canada :

	Exemplaire	Abonnement annuel
États-Unis	6 \$ CA	72 \$ CA
Autres pays	10 \$ CA	120 \$ CA

Ce produit est aussi disponible sous forme électronique dans le site Internet de Statistique Canada, sous le n° 63-005-XIB au catalogue, et est offert au prix de 16 \$ CA l'exemplaire et de 155 \$ CA pour un abonnement annuel. Les utilisateurs peuvent obtenir des exemplaires ou s'abonner en visitant notre site Web à [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca) et en choisissant la rubrique Produits et services.

Les prix ne comprennent pas les taxes de ventes.

La version imprimée peut être commandée par

- Téléphone (Canada et États-Unis) **1 800 267-6677**
- Télécopieur (Canada et États-Unis) **1 877 287-4369**
- Courriel **order@statcan.ca**
- Poste Statistique Canada  
Division de la diffusion  
Gestion de la circulation  
120, avenue Parkdale  
Ottawa (Ontario) K1A 0T6
- En personne au bureau régional de Statistique Canada le plus près de votre localité ou auprès des agents et librairies autorisés.

Lorsque vous signalez un changement d'adresse, veuillez nous fournir l'ancienne et la nouvelle adresse.

## Normes de service à la clientèle

Statistique Canada s'engage à fournir à ses clients des services rapides, fiables et courtois, et ce, dans la langue officielle de leur choix. À cet égard, notre organisme s'est doté de normes de service à la clientèle qui doivent être observées par les employés lorsqu'ils offrent des services à la clientèle. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec Statistique Canada au numéro sans frais 1 800 263-1136.



Statistics Canada  
Distributive Trades Division  
Retail Financial Section

# Retail Trade

August 2000

Statistique Canada

Division de la statistique du commerce  
Section du commerce de détails financiers

# Commerce de détail

AOÛT 2000

Published by authority of the Minister  
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 2000

All rights reserved. No part of this publication  
may be reproduced, stored in a retrieval system or  
transmitted in any form or by any means, electronic,  
mechanical, photocopying, recording or otherwise  
without prior written permission from Licence  
Services, Marketing Division, Statistics Canada,  
Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

October 2000

Catalogue no. 63-005-XPB, Vol. 72, No. 8  
ISSN 0380-6146

Frequency: Monthly

Catalogue no. 63-005-XIB, Vol. 72, No. 8  
ISSN 1488-0008

Ottawa

Publication autorisée par le ministre  
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 2000

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire  
ou de transmettre le contenu de la présente publication,  
sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit,  
enregistrement sur support magnétique, reproduction  
électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou  
de l'emmagasiner dans un système de recouvrement,  
sans l'autorisation écrite préalable des Services de  
concession des droits de licence, Division du  
marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario,  
Canada K1A 0T6.

Octobre 2000

N° 63-005-XPB au catalogue, vol. 72, n° 8  
ISSN 0380-6146

Périodicité : mensuelle

N° 63-005-XIB au catalogue, vol. 72, n° 8  
ISSN 1488-0008

Ottawa

## Note of appreciation

*Canada owes the success of its statistical system to a long-standing partnership between Statistics Canada, the citizens of Canada, its businesses, governments and other institutions. Accurate and timely statistical information could not be produced without their continued cooperation and goodwill.*

## Note de reconnaissance

*Le succès du système statistique du Canada repose sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada et la population, les entreprises, les administrations canadiennes et les autres organismes. Sans cette collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible de produire des statistiques précises et actuelles.*

## Symbols

The following standard symbols are used in this Statistics Canada publication:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

### NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

### A NOTE ON CANSIM

All current and historical statistics on Retail Trade (Matrix Nos. 2299, 2397-2416 and 2418-2420), as well as many other series are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian – Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printout, or in machine readable form. For further information, contact the Cansim staff or Dissemination Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (telephone (613) 951-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- **F. Maranda**, Director, Distributive Trades Division
- **D. McDowell**, Assistant Director, Distributive Trades Division
- **B. Meyer**, Chief, Retail Financial Section, Distributive Trades Division
- **P. Gratton**, Senior Economist, Retail Financial Section, Distributive Trades Division

## Signes conventionnels

Les signes conventionnels suivants sont employés uniformément dans cette publication de Statistique Canada :

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

### NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

### NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système Canadien d'information socio-économique) fournit au public toutes les statistiques actuelles et historiques sur le Commerce de détail (matrice nos 2299, 2397-2416 et 2418-2420), et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports ordinolingués. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de CANSIM de la Division de la diffusion, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone (613) 951-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de :

- **F. Maranda**, directeur, Division de la statistique du commerce
- **D. McDowell**, directeur adjoint, Division de la statistique du commerce
- **B. Meyer**, chef, section du commerce de détails financiers, Division de la statistique du commerce
- **P. Gratton**, économiste principal, Section du commerce de détails financiers, Division de la statistique du commerce

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences - Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 - 1984.

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'American National Standard for Information Sciences "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 1984.

## TABLE OF CONTENTS

Highlights	v
Charts	vii
For Further Reading	ix

## Table

1. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	2
2. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	4
3. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)	6
4. Retail Trade Sample Response Fraction and Coefficient of Variation (Current Periods)	22
5. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	24
6. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	26
7. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Current Periods)	28
8. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Historical Estimates)	28
9. Retail Sales, Current and Constant (1992) Dollar Estimates	30

## Appendix

I. Definitions	33
II. Trade Group Coverage	34

## TABLE DES MATIÈRES

Faits saillants	v
Graphiques	vii
Lectures suggérées	ix

## Tableau

1. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	2
2. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	4
3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)	6
4. Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation (périodes courantes)	22
5. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	24
6. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	26
7. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)	28
8. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)	28
9. Ventes au détail, estimations en dollars courants et constants (1992)	30

## Appendice

I. Définitions	33
II. Couverture des groupes de commerce	34



## Note to users

Monthly estimates (unadjusted data) for four metropolitan areas (Montreal, Toronto, Winnipeg and Vancouver) can be tabulated by trade group and are available for purchase. For information on metropolitan area estimates, contact the Marketing and Client Services Section at (613) 951-3549 or toll free at 1 877 421-3067.

Users interested in acquiring further information relating to the methodology, seasonal adjustment and data reliability of this survey may consult the February 2000 issue (containing revisions to the previous year) of this publication or contact the Marketing and Client Services Section.

## Notes aux utilisateurs

Les estimations mensuelles (non désaisonnalisées) pour les quatre régions métropolitaines (Montréal, Toronto, Winnipeg et Vancouver) par groupe de commerce sont disponibles pour achat. Pour plus de renseignements sur les régions métropolitaines, communiquez avec la Section du marketing et services à la clientèle au (613) 951-3549 ou sans frais au 1 877 421-3067.

Les utilisateurs qui sont intéressés d'obtenir plus de renseignements concernant la méthodologie, la désaisonnalisation et la fiabilité des données de cette enquête peuvent consulter le numéro de février 2000, de cette publication (incluant les révisions de l'année précédente) ou communiquez avec la Section du marketing et services à la clientèle.

## Highlights

Retail sales paused at \$23.4 billion (+0.1%) in August, after three months of strong increases. The continued strength in sales by motor and recreational vehicle dealers helped to offset the weakness observed in several other retail sectors. Excluding sales by motor and recreational vehicle dealers, total retail sales declined 0.5% in August. Lower sales were noted in furniture stores, general merchandise stores, clothing stores and drug stores.

Despite a pause in August, the level of overall spending in retail stores was 5.7% higher than in August 1999. Furthermore, retail sales in the first eight months of 2000 were 6.4% higher than in the same period of 1999. The 1999 growth in sales compared with 1998 for the same eight-month period was 5.0%.

The gains in May, June and July followed a slow start in 2000. Prior to this year, retail sales had generally been increasing since early 1996, except for a period of smaller gains in the spring and summer of 1998.

### Auto sector continues to drive retail sales

In August, retailers in the automotive sector posted their fourth consecutive monthly gain in sales (+0.8%). Within the sector, motor and recreational vehicle dealers (+1.7%) and automotive parts, accessories and services stores (+0.8%) posted sales advances, while gasoline service stations reported a 2.1% drop in sales.

Low financing rates and large cash rebates offered by manufacturers helped push up sales of motor and recreational vehicles in August for a fourth straight month. With the exception of weaker gains at the start of 2000, motor and recreational vehicle dealers have seen strong sales increases since the fall of 1998.

Sales by automotive parts, accessories and services stores picked up strength in the summer months, after a period of weaker increases at the beginning of 2000. Sales by these retailers have generally been increasing since the fall of 1997. The decline in sales by gasoline service stations in August reflected a drop of 3.5% in prices at the pump. Despite this decline, sales by gasoline service stations remained at historically high levels, mostly because of higher gasoline prices. Sales in August were 38% higher than in February 1999, the last month before gasoline prices started their strong upward movement.

## Faits saillants

En août, les ventes au détail ont marqué un temps d'arrêt pour s'établir à 23,4 milliards de dollars (+0,1 %), après trois mois de fortes progressions. La vigueur soutenue des ventes des concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs a aidé à compenser les faibles résultats enregistrés dans plusieurs autres secteurs de la vente au détail. Si l'on exclut les ventes des concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs, l'ensemble des ventes au détail a diminué de 0,5 % en août. Une diminution des ventes a été observée dans les magasins de meubles, les magasins de marchandises diverses ainsi que dans les magasins de vêtements et les pharmacies.

Malgré la pause enregistrée en août, le niveau pour l'ensemble des achats effectués dans les magasins de vente au détail était de 5,7 % supérieur à celui d'août 1999. En outre, pour les huit premiers mois de 2000, les ventes au détail ont progressé de 6,4 % comparativement à la même période en 1999. La croissance des ventes pour la même période de huit mois en 1999 avait été de 5,0 %.

Les augmentations enregistrées en mai, juin et juillet ont été précédées par un début d'année au ralenti. Auparavant, les ventes au détail étaient généralement en progression depuis le début de 1996, sauf pour une période de faibles hausses observée au cours du printemps et de l'été 1998.

### Le secteur de l'automobile continue de faire progresser l'ensemble des ventes au détail

En août, les détaillants du secteur de l'automobile ont affiché une quatrième augmentation mensuelle consécutive de leurs ventes (+0,8 %). Au sein de ce secteur, les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs (+1,7 %) et les magasins de pièces, d'accessoires et de services pour véhicules automobiles (+0,8 %) ont enregistré une hausse des ventes, alors que les stations-service déclaraient un recul des ventes de 2,1 % en août.

Des taux de financement peu élevés et d'importantes remises en espèces offerts par les constructeurs ont contribué à faire augmenter les ventes de véhicules automobiles et récréatifs pour un quatrième mois d'affilée en août. À l'exception de hausses plus modestes enregistrées au début de 2000, les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs enregistrent de fortes ventes depuis l'automne 1998.

Les ventes des magasins de pièces, d'accessoires et de services pour véhicules automobiles ont repris de la vigueur au cours des derniers mois, après une période de faibles progressions au début de 2000. Les ventes de ces détaillants sont généralement en hausse depuis l'automne 1997. Le recul des ventes des stations-service observé en août correspond à une chute de 3,5 % des prix à la pompe. En dépit de cette baisse, les ventes des stations-service sont demeurées à des niveaux records, principalement en raison de prix élevés de l'essence. En août, les ventes ont été supérieures de 38 % au niveau enregistré en février 1999, qui est le mois à la suite duquel le prix de l'essence a commencé à grimper de façon importante.

In August, sales advances were also noted in stores classified as "other retail" (+0.6%) and in food stores (+0.3%). This was a fourth consecutive monthly gain for stores in the other retail category and a third straight monthly increase for food stores. The other retail category includes liquor stores, sporting goods stores, hardware stores and bookstores. Sales in this category have generally been rising since the summer of 1996, while sales in food stores have been rising since the spring of the same year.

### **Consumers reduced spending in furniture stores**

A reduction in consumer spending in the furniture sector in August (-2.7%) completely offset July's 2.2% gain. Sales in furniture stores are essentially unchanged since April 2000, following a four-year period of strong increases. These weaker sales numbers noted in the furniture sector may reflect the reduction in housing starts observed since early 2000. The number of housing starts reached 169,300 units in February 2000, ending a period of strong growth that started in mid-1998. In August 2000, housing starts were 13.8% lower than February's peak.

Sales by general merchandise stores fell 1.7% in August, after four consecutive monthly advances. Within this sector, department stores (-3.8%) lost about three-quarters of the cumulative sales gains reported in July (+2.7%) and June (+2.4%). Despite this decline, department store sales have followed an upward movement that began early in the spring, after a period of declines that started in September 1999. Sales by other general merchandise stores advanced 1.1% in August, marking a fourth straight monthly rise. Other general merchandise stores have seen rising sales since early 1997.

Consumer spending in clothing stores fell 0.9% in August, after three months of sales increases. Sales in clothing stores have been growing since the start of 1996. About 60% of all clothing is purchased from these specialty clothing stores, while the rest is mostly purchased from general merchandise stores and sporting goods stores. Reduced sales were also reported by drug stores (-0.6%) in August, partly offsetting the 0.9% gain in July. Drug store sales have been rising slowly since the end of 1998.

### **Gains in New Brunswick, Newfoundland and British Columbia**

New Brunswick (+1.6%), Newfoundland (+0.6%) and British Columbia (+0.5%) posted the strongest retail sales advances in August. These gains reflected mostly higher sales in the automotive sector. Retail sales have generally been increasing since the summer of 1998 in New Brunswick and Newfoundland. In British Columbia, the period of overall advances in retail sales started in the fall of 1998. All three territories also posted strong gains in August.

En août, les ventes ont également progressé dans le cas des établissements appartenant à la catégorie «autres magasins de détail» (+0,6 %) et des magasins d'alimentation (+0,3 %). Il s'agissait de la quatrième progression mensuelle consécutive pour les autres magasins de détail et d'une troisième augmentation mensuelle d'affilée pour les magasins d'alimentation. La catégorie des autres magasins de détail comprend notamment les magasins de boissons alcoolisées et d'articles de sport, ainsi que les quincailleries et les librairies. En général, les ventes de ces établissements progressent depuis l'été 1996, alors que les ventes des magasins d'alimentation sont en hausse depuis le printemps de la même année.

### **Les consommateurs ont réduit leurs achats dans les magasins de meubles**

En août, une diminution des achats des consommateurs dans les magasins de meubles (-2,7 %) a entièrement neutralisé la progression des ventes enregistrée en juillet (+2,2 %). Dans le cas de ces magasins, les ventes n'ont pratiquement pas varié depuis avril 2000, après quatre années de fortes progressions. Cette diminution des ventes dans les magasins de meubles pourrait être due à la baisse des mises en chantier observée depuis le début de 2000. Le nombre de mises en chantier avait atteint 169 300 unités en février 2000, mettant ainsi fin à une période de forte croissance qui avait commencé au milieu de 1998. En août 2000, les mises en chantier étaient inférieures de 13,8 % au sommet le plus récent, qui a été atteint en février dernier.

Les ventes des magasins de marchandises diverses ont chuté de 1,7 % en août, après quatre mois consécutifs d'augmentations. Au sein de ce secteur, les grands magasins (-3,8 %) ont perdu environ trois quarts de la croissance totale des ventes observée en juillet (+2,7 %) et en juin (+2,4 %). Malgré ce recul, les ventes des grands magasins ont suivi une tendance ascendante qui avait commencé au début du printemps, après une période de baisses qui était apparue en septembre 1999. Les ventes des autres magasins de marchandises diverses ont progressé de 1,1 % en août, enregistrant ainsi une quatrième hausse mensuelle d'affilée. Ces établissements voient leurs ventes progresser depuis le début de 1997.

Les dépenses des consommateurs dans les magasins de vêtements ont diminué de 0,9 % en août, après trois mois d'augmentations. Les ventes de ces magasins étaient en progression depuis le début de 1996. Environ 60 % de l'ensemble des achats de vêtements sont effectués dans ces magasins spécialisés dans la vente de vêtements, alors que le reste provient des magasins de marchandises diverses et des magasins d'articles de sport. Les pharmacies ont également déclaré une diminution de leurs ventes (-0,6 %) en août, neutralisant ainsi en partie la hausse de 0,9 % enregistrée en juillet. Les ventes des pharmacies sont en lente progression depuis la fin de 1998.

### **Hausses des ventes au Nouveau-Brunswick, à Terre-Neuve et en Colombie-Britannique**

Le Nouveau-Brunswick (+1,6 %), Terre-Neuve (+0,6 %) et la Colombie-Britannique (+0,5 %) ont enregistré les plus fortes hausses des ventes au détail en août. Ces progressions sont attribuables principalement à une augmentation des ventes du secteur de l'automobile. Au Nouveau-Brunswick et à Terre-Neuve, les ventes au détail sont généralement en hausse depuis l'été 1998. En Colombie-Britannique, la période de progressions générales des ventes au détail a commencé au cours de l'automne 1998. Les trois territoires ont également enregistré de fortes augmentations en août.



After reporting strong sales in June and July, retailers in Nova Scotia (-1.8%) and Quebec (-0.6%) posted the only significant declines in August. These declines were broad-based in both provinces, except for rising sales in the automotive sector in Quebec. Nova Scotia retail sales have for the most part been growing since the spring of 1997. Quebec retailers have generally been reporting sales advances since the summer of 1998.

Retailers in the remaining provinces saw little change in sales in August.

### Related indicators for September

Total employment advanced 0.4% in September, adding to the 0.2% gain observed in August. These gains followed slight declines (-0.1%) in both July and June. Preliminary figures from the auto industry show a rise in the number of new motor vehicles sold in September. The number of housing starts advanced 7.1% in September, partly offsetting the 11.8% decline reported in August.

Après avoir déclaré des fortes ventes en juin et en juillet, les détaillants de la Nouvelle-Écosse (-1,8 %) et du Québec (-0,6 %) ont enregistré les seuls reculs importants observés en août. Ces baisses ont été générales dans les deux provinces, si l'on exclut une hausse des ventes enregistrée au Québec dans le secteur de l'automobile. En Nouvelle-Écosse, les ventes au détail sont généralement en progression depuis le printemps 1997, tandis qu'au Québec, les détaillants déclarent habituellement des hausses de leurs ventes depuis l'été 1998.

Les ventes des détaillants des autres provinces n'ont guère varié en août.

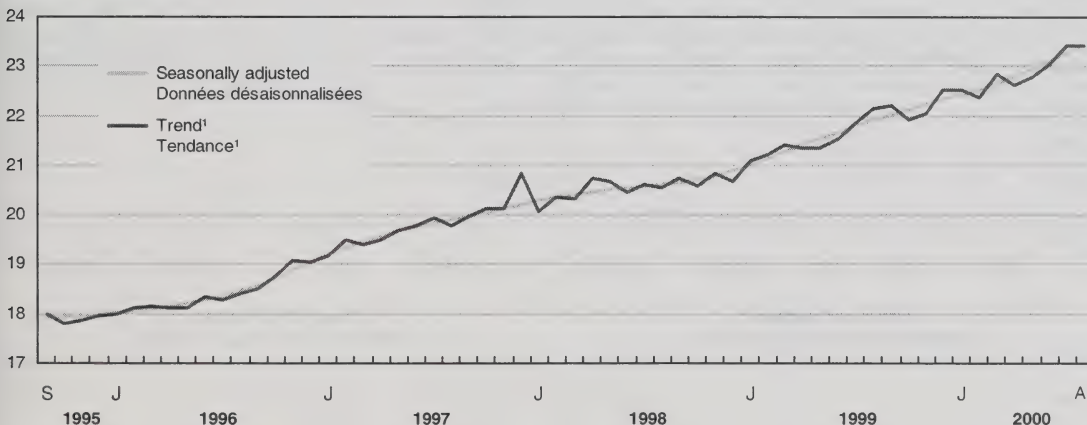
### Indicateurs connexes pour septembre

Le nombre total d'emplois a augmenté de 0,4 % en septembre, après une hausse de 0,2 % observée en août. Ces augmentations surviennent après un léger recul (-0,1 %), tant en juillet qu'en juin. Les chiffres provisoires émanant du secteur de l'automobile indiquent une augmentation du nombre de véhicules neufs vendus en septembre. Le nombre de mises en chantier a augmenté de 7,1 % en septembre, neutralisant ainsi en partie le recul de 11,8 % enregistré en août.

### Retail Sales – Canada

### Ventes au détail – Canada

\$ billions / milliards de \$



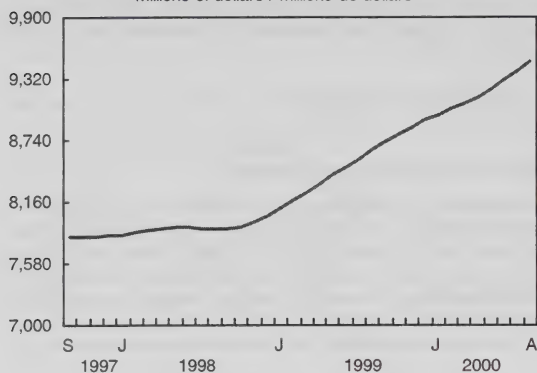
<sup>1</sup> Trend represents smoothed seasonally adjusted data.

<sup>1</sup> La tendance représente les données désaisonnalisées lissées.

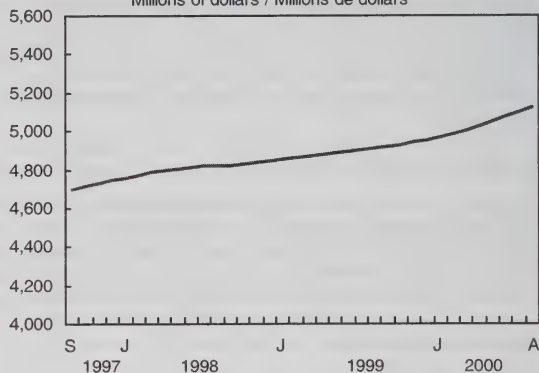


**Retail Sales Trends<sup>1</sup> – Canada,  
By Major Group**
**Tendances<sup>1</sup> des ventes au détail – Canada,  
par groupe principal**
**Automotive / Véhicules automobiles**

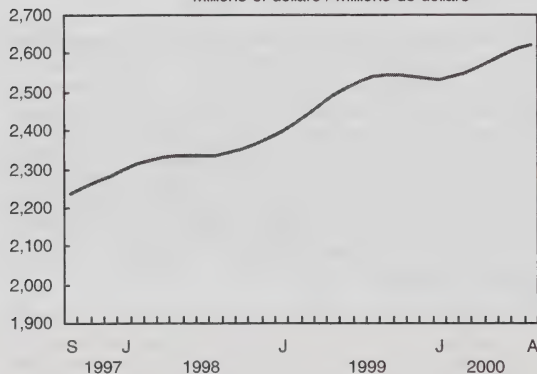
Millions of dollars / Millions de dollars


**Food / Aliments**

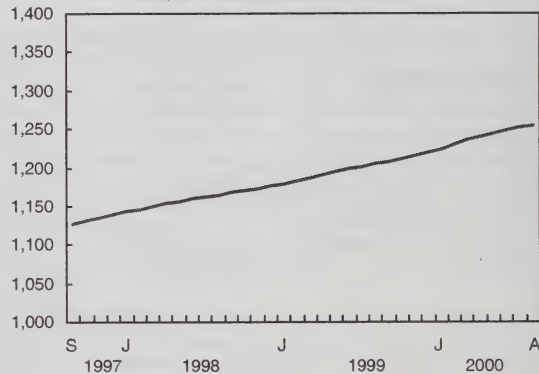
Millions of dollars / Millions de dollars


**General Merchandise / Marchandises diverses**

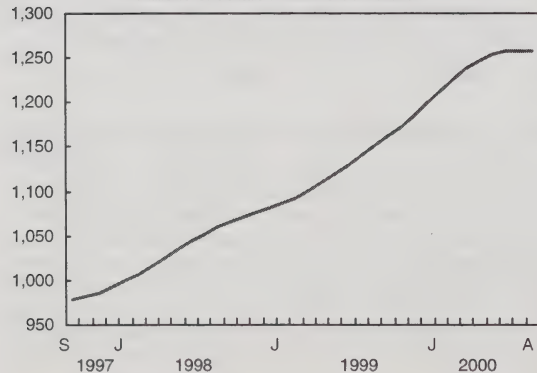
Millions of dollars / Millions de dollars


**Clothing / Vêtements**

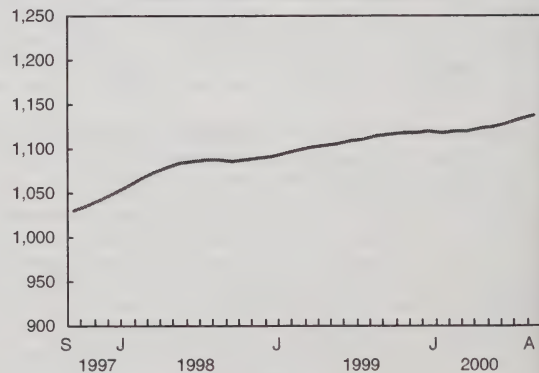
Millions of dollars / Millions de dollars


**Furniture / Meubles**

Millions of dollars / Millions de dollars


**Drug / Pharmacies**

Millions of dollars / Millions de dollars


<sup>1</sup> Trend represents smoothed seasonally adjusted data.

<sup>1</sup> La tendance représente les données désaisonnalisées lissées.

**For Further Reading**

Selected Publications from Statistics Canada

**Lectures suggérées**

Choisies parmi les publications de Statistique Canada

Title	Catalogue	Titre
New Motor Vehicle Sales, Monthly, Bilingual	<b>63-007-XIB</b>	Ventes de véhicules automobiles neufs, mensuel, bilingue
Wholesale Trade, Monthly, Bilingual	<b>63-008-XIB</b>	Commerce de gros, mensuel, bilingue
Retail Chain and Department Stores, Annual, Bilingual	<b>63-210-XIB</b>	Magasins de détail à succursales et les grands magasins, annuel, bilingue
Wholesaling and Retailing Canada, Annual, Bilingual	<b>63-236-XIB</b>	Les commerces de gros et de détail au Canada, annuel, bilingue
Market Research Handbook, Annual, Bilingual	<b>63-224-XPB</b>	Recueil statistique des études de marché, annuel, bilingue

To order a publication you may telephone 1 (613) 951-7277 or use facsimile number 1 (613) 951-1584. For toll free in Canada only telephone 1 800 267-6677. When ordering by telephone or facsimile a written confirmation is not required.

Pour obtenir une publication veuillez téléphoner au 1 (613) 951-7277 ou utiliser le numéro du télécopieur 1 (613) 951-1584. Pour appeler sans frais, au Canada, composez le 1 800 267-6677. Il n'est pas nécessaire de nous faire parvenir une confirmation pour une commande faite par téléphone ou télécopieur.



**Statistical  
Tables**

---

**Tableaux  
statistiques**

---



Table 1

Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Current Periods)

	Sales					Year-to-date 2000 Cumulatif	Change from previous month Variation par rapport au mois précédent	
	Ventes						August 2000 Août	July 2000 Juillet
	August 2000 Août	July 2000 Juillet	June 2000 Juin	May 2000 Mai				
	Millions of dollars – Millions de dollars						Per cent – Pourcentage	
<b>Trade Group - Canada</b>								
Supermarkets and grocery stores	4,744.7	4,736.7	4,676.9	4,655.6	37,278.1	0.2	1.3	
All other food stores	389.5	380.9	375.9	374.1	3,012.8	2.3	1.3	
Drugs and patent medicine stores	1,135.0	1,142.1	1,132.2	1,123.9	9,003.6	-0.6	0.9	
Shoe stores	133.1	136.0	133.2	132.9	1,083.9	-2.1	2.1	
Men's clothing stores	133.2	134.3	132.9	131.7	1,049.0	-0.8	1.0	
Women's clothing stores	382.7	379.2	382.7	381.8	3,050.5	0.9	-0.9	
Other clothing stores	603.4	614.1	601.1	591.4	4,765.6	-1.7	2.1	
Household furniture and appliance stores	1,006.4	1,034.2	1,018.7	1,026.4	8,107.9	-2.7	1.5	
Household furnishings stores	236.4	242.5	231.0	233.8	1,859.1	-2.5	5.0	
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	6,401.0	6,290.9	6,170.8	6,048.6	48,947.7	1.7	1.9	
Gasoline service stations	1,814.4	1,854.0	1,831.5	1,778.6	14,311.4	-2.1	1.2	
Automotive parts, accessories and services	1,334.8	1,324.7	1,283.7	1,302.7	10,355.7	0.8	3.2	
General merchandise stores	2,614.8	2,658.6	2,609.1	2,570.7	20,694.0	-1.7	1.9	
Other semi-durable goods stores	739.7	752.1	734.0	719.0	5,832.8	-1.7	2.5	
Other durable goods stores	627.9	615.9	619.3	611.4	4,890.4	1.9	-0.5	
Other retail stores	1,130.7	1,114.8	1,111.8	1,105.2	8,795.0	1.4	0.3	
<b>Total, all stores</b>	<b>23,427.7</b>	<b>23,411.2</b>	<b>23,045.0</b>	<b>22,787.9</b>	<b>183,037.5</b>	<b>0.1</b>	<b>1.6</b>	
<b>Regions</b>								
Newfoundland	380.6	378.5	377.1	371.7	2,980.8	0.6	0.4	
Prince Edward Island	105.2	105.3	103.5	103.1	824.8	-0.1	1.8	
Nova Scotia	713.4	726.3	715.9	696.4	5,629.6	-1.8	1.4	
New Brunswick	584.2	575.2	577.1	572.8	4,598.6	1.6	-0.3	
Quebec	5,366.3	5,399.0	5,252.3	5,172.5	42,040.8	-0.6	2.8	
Ontario	9,014.1	8,984.7	8,851.1	8,801.4	70,107.0	0.3	1.5	
Manitoba	798.5	797.7	778.8	779.9	6,251.4	0.1	2.4	
Saskatchewan	688.4	687.4	684.8	678.8	5,414.9	0.1	0.4	
Alberta	2,707.5	2,702.1	2,656.3	2,630.2	21,086.8	0.2	1.7	
British Columbia	2,993.2	2,979.8	2,972.9	2,905.8	23,495.8	0.5	0.2	
Yukon	28.1	27.8	28.7	28.8	228.0	0.8	-3.1	
Nunavut	15.3	14.7	15.1	15.1	120.7	3.7	-2.4	
Northwest Territories	33.0	32.6	31.3	31.3	258.2	1.0	4.1	

Tableau 1

Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(périodes courantes)

Change from previous month Variation par rapport au mois précédent		Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					
June 2000 Juin	May 2000 Mai	August 2000 Août	July 2000 Juillet	June 2000 Juin	May 2000 Mai	Year-to-date 2000 Cumulatif	
Per cent - Pourcentage							
							<b>Groupe de commerce - Canada</b>
0.5	-1.4	4.2	4.4	3.4	2.6	3.1	Supermarchés d'alimentation et épiceries
0.5	-0.3	6.7	5.1	3.4	1.9	3.6	Tous les autres magasins d'alimentation
0.7	-0.5	1.9	2.4	2.4	2.1	1.7	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
0.3	2.3	0.1	-0.5	3.2	-5.1	-1.0	Magasins de chaussures
0.9	4.5	0.2	4.5	7.9	3.7	2.7	Magasins de vêtements pour hommes
0.2	2.9	1.0	0.6	3.8	1.1	1.7	Magasins de vêtements pour femmes
1.7	-1.1	7.8	7.5	8.9	5.4	7.6	Autres magasins de vêtements
-0.8	0.2	7.7	10.5	7.6	12.4	11.9	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
-1.2	0.9	9.1	11.3	11.9	10.7	10.6	Magasins d'accessoires d'ameublement
2.0	1.7	6.5	7.4	8.5	10.9	7.2	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
3.0	0.4	15.6	22.3	24.8	21.9	24.6	Stations-service
-1.5	5.0	6.7	8.4	3.8	5.3	5.2	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
1.5	0.3	1.2	4.5	4.8	3.0	4.0	Magasins de marchandises diverses
2.1	0.9	1.6	4.8	3.6	1.2	2.8	Autres magasins de produits semi-durables
1.3	3.9	6.9	6.0	7.2	4.8	4.2	Autres magasins de produits durables
0.6	1.1	8.5	6.1	5.9	3.1	5.6	Autres magasins de vente au détail
<b>1.1</b>	<b>0.7</b>	<b>5.7</b>	<b>7.0</b>	<b>7.0</b>	<b>6.7</b>	<b>6.4</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
							<b>Régions</b>
1.4	-0.5	8.4	8.1	6.6	5.6	6.8	Terre-Neuve
0.3	-1.4	7.1	7.1	6.2	9.5	9.3	Île-du-Prince-Édouard
2.8	-0.5	4.1	7.2	3.5	2.7	4.5	Nouvelle-Écosse
0.7	-0.1	2.8	3.6	6.0	3.8	5.5	Nouveau-Brunswick
1.5	-0.2	5.3	6.5	4.8	3.2	4.4	Québec
0.6	2.0	5.1	7.3	7.9	8.4	7.3	Ontario
-0.1	1.2	3.8	6.8	5.6	6.9	4.6	Manitoba
0.9	2.2	4.5	5.9	7.0	6.8	5.9	Saskatchewan
1.0	0.0	9.0	9.8	10.6	12.1	9.9	Alberta
2.3	-0.6	6.9	5.7	6.7	5.5	5.6	Colombie-Britannique
-0.2	-1.3	2.4	1.2	3.6	4.8	4.2	Yukon
-0.1	-0.8	6.1	3.4	3.2	6.5	5.0	Nunavut
0.1	-2.0	4.6	4.9	3.7	4.9	6.0	Territoires du Nord Ouest

Table 2

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Current Periods)**

	Sales Ventes				
	August 2000 Août	July 2000 Juillet	June 2000 Juin	May 2000 Mai	Year-to-date 2000 Cumulatif
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Trade Group - Canada</b>					
Supermarkets and grocery stores	4,888.5	4,928.8	4,899.7	4,682.4	37,165.2
All other food stores	392.4	394.2	393.7	381.0	2,949.1
Drugs and patent medicine stores	1,129.3	1,106.2	1,123.0	1,118.6	8,771.2
Shoe stores	138.6	126.5	144.1	154.8	999.2
Men's clothing stores	113.1	115.8	141.8	126.9	893.0
Women's clothing stores	367.9	362.1	386.8	408.8	2,753.5
Other clothing stores	656.3	559.6	561.7	554.3	4,197.1
Household furniture and appliance stores	1,022.5	1,019.9	993.0	940.1	7,410.5
Household furnishings stores	247.9	245.4	238.6	236.1	1,746.9
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	6,716.8	6,430.5	7,376.7	7,559.6	50,556.5
Gasoline service stations	1,979.1	2,016.2	1,945.3	1,838.8	14,270.9
Automotive parts, accessories and services	1,364.5	1,392.3	1,418.8	1,482.3	10,091.0
General merchandise stores	2,561.0	2,485.3	2,540.1	2,525.8	18,512.0
Other semi-durable goods stores	787.0	786.1	789.1	821.6	5,428.0
Other durable goods stores	670.9	619.0	619.5	606.3	4,481.4
Other retail stores	1,218.6	1,233.3	1,208.9	1,119.3	8,406.9
<b>Total, all stores</b>	<b>24,254.3</b>	<b>23,821.2</b>	<b>24,780.8</b>	<b>24,557.0</b>	<b>178,632.3</b>
<b>Regions</b>					
Newfoundland	405.7	393.3	417.0	402.9	2,901.8
Prince Edward Island	122.9	123.3	117.2	109.4	808.4
Nova Scotia	746.8	756.2	788.9	730.1	5,489.6
New Brunswick	622.4	599.8	632.5	627.8	4,478.8
Quebec	5,620.7	5,524.3	5,709.5	5,798.3	41,555.6
Ontario	9,196.1	9,045.4	9,562.9	9,456.3	67,963.2
Manitoba	814.4	794.5	831.2	820.0	6,065.7
Saskatchewan	714.1	696.6	724.9	709.0	5,240.1
Alberta	2,795.7	2,718.2	2,798.7	2,798.0	20,495.0
British Columbia	3,132.8	3,086.3	3,114.0	3,024.8	23,028.1
Yukon	32.6	33.1	34.2	32.6	229.2
Nunavut	15.9	15.0	14.7	15.7	118.6
Northwest Territories	34.1	35.2	35.0	31.9	258.2

Tableau 2

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(périodes courantes)

Change from previous year  
Variation par rapport à l'année précédente

August 2000 Août	July 2000 Juillet	June 2000 Juin	May 2000 Mai	Year-to-date 2000 Cumulatif	
Per cent – Pourcentage					
<b>Groupe de commerce - Canada</b>					
8.7	-1.4	7.3	0.7	3.4	Supermarchés d'alimentation et épiceries
9.4	2.2	3.8	-0.2	3.7	Tous les autres magasins d'alimentation
3.6	0.6	3.4	3.9	2.0	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
2.2	-2.8	2.7	-6.0	-1.2	Magasins de chaussures
3.3	0.7	13.2	1.0	3.3	Magasins de vêtements pour hommes
2.4	-2.7	3.7	1.1	1.7	Magasins de vêtements pour femmes
8.6	6.5	11.7	3.5	8.2	Autres magasins de vêtements
8.5	8.0	9.8	13.4	12.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
11.8	8.7	9.4	14.4	10.8	Magasins d'accessoires d'ameublement
12.3	3.6	7.1	16.7	7.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
16.3	21.4	27.9	22.3	24.6	Stations-service
10.8	5.1	2.9	9.3	5.7	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
3.2	2.8	6.1	2.8	4.6	Magasins de marchandises diverses
4.2	3.8	3.5	1.9	3.3	Autres magasins de produits semi-durables
9.3	2.9	9.6	3.7	5.0	Autres magasins de produits durables
12.1	-0.2	11.1	1.8	5.9	Autres magasins de vente au détail
<b>9.4</b>	<b>3.6</b>	<b>8.2</b>	<b>8.4</b>	<b>6.9</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Régions</b>					
11.7	2.9	9.8	7.0	7.3	Terre-Neuve
10.6	3.7	8.2	10.7	9.4	Île-du-Prince-Édouard
6.6	3.8	7.7	3.1	5.0	Nouvelle-Écosse
6.6	-0.4	6.9	6.2	5.8	Nouveau-Brunswick
9.7	2.2	6.0	4.6	4.9	Québec
9.1	4.0	8.8	10.7	7.8	Ontario
6.8	3.0	7.7	7.8	5.1	Manitoba
7.9	2.9	7.6	8.3	6.2	Saskatchewan
12.4	7.0	11.6	13.4	10.4	Alberta
9.1	3.0	8.2	6.4	6.0	Colombie-Britannique
4.9	-2.1	5.1	8.6	4.7	Yukon
7.2	2.4	3.6	5.0	5.0	Nunavut
8.9	2.0	2.6	3.6	6.7	Territoires du Nord Ouest



Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Canada</b>					
Supermarkets and grocery stores	14,240.9	13,107.1	14,006.9	14,037.0	13,725.9
All other food stores	1,154.1	1,008.4	1,187.7	1,101.6	1,116.3
Drugs and patent medicine stores	3,320.4	3,215.3	3,647.6	3,279.8	3,240.7
Shoe stores	428.8	305.4	475.3	405.0	447.5
Men's clothing stores	379.5	284.7	553.4	343.1	365.7
Women's clothing stores	1,151.5	872.0	1,423.0	1,105.3	1,139.7
Other clothing stores	1,648.8	1,332.3	2,201.2	1,715.0	1,537.5
Household furniture and appliance stores	2,834.8	2,533.3	3,511.1	2,847.2	2,510.8
Household furnishings stores	682.2	571.4	775.6	667.1	618.2
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	21,306.9	16,102.2	16,310.7	18,351.2	19,848.3
Gasoline service stations	5,424.4	4,851.2	4,927.6	4,985.5	4,423.7
Automotive parts, accessories and services	4,096.1	3,238.0	4,148.3	3,802.0	3,963.9
General merchandise stores	7,427.0	6,038.7	9,791.5	7,397.1	7,124.0
Other semi-durable goods stores	2,243.4	1,611.5	2,516.1	2,232.7	2,200.0
Other durable goods stores	1,751.9	1,439.7	2,218.6	1,788.8	1,686.6
Other retail stores	3,328.2	2,626.8	3,629.0	3,373.7	3,155.4
<b>Total, all stores</b>	<b>71,418.9</b>	<b>59,137.9</b>	<b>71,323.6</b>	<b>67,432.1</b>	<b>67,104.3</b>
<b>Newfoundland</b>					
Supermarkets and grocery stores	281.8	257.4	276.3	284.9	281.2
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	59.7	58.5	68.0	58.6	59.2
Shoe stores	3.4	2.5	4.6	3.9	3.6
Men's clothing stores	2.9	2.0	7.6	3.6	3.7
Women's clothing stores	12.5	8.6	21.8	13.6	13.4
Other clothing stores	14.3	11.2	27.0	16.8	12.8
Household furniture and appliance stores	33.5	26.7	46.9	34.3	29.4
Household furnishings stores	2.4	1.6	2.6	2.4	1.9
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	373.7	245.0	214.2	280.9	323.7
Gasoline service stations	102.6	86.4	95.6	104.7	91.9
Automotive parts, accessories and services	60.3	44.6	68.0	54.2	57.1
General merchandise stores	145.7	114.0	221.9	151.3	136.7
Other semi-durable goods stores	24.3	14.2	29.9	23.4	22.5
Other durable goods stores	13.4	9.3	20.1	13.1	10.9
Other retail stores	38.4	31.7	47.2	40.6	36.4
<b>Total, all stores</b>	<b>1,178.7</b>	<b>924.1</b>	<b>1,165.0</b>	<b>1,100.0</b>	<b>1,098.1</b>

Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	
Per cent – Pourcentage					
<b>Canada</b>					
3.8	3.0	3.1	2.5	1.4	Supermarchés d'alimentation et épiceries
3.4	2.5	3.3	1.0	0.4	Tous les autres magasins d'alimentation
2.5	1.5	4.3	2.4	1.1	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-4.2	2.6	-1.3	-5.0	-3.2	Magasins de chaussures
3.8	3.9	-1.3	-1.3	-4.6	Magasins de vêtements pour hommes
1.0	4.2	4.6	1.0	0.8	Magasins de vêtements pour femmes
7.2	9.8	5.4	5.7	8.7	Autres magasins de vêtements
12.9	14.5	11.3	9.4	8.9	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
10.4	11.8	7.8	6.4	4.6	Magasins d'accessoires d'ameublement
7.3	8.3	9.9	10.5	2.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
22.6	32.4	23.5	15.9	7.1	Stations-service
3.3	7.1	5.4	3.7	2.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
4.3	6.4	5.0	10.6	7.1	Magasins de marchandises diverses
2.0	4.4	0.3	5.6	4.0	Autres magasins de produits semi-durables
3.9	5.4	3.1	2.7	3.3	Autres magasins de produits durables
5.5	6.6	9.7	7.6	8.1	Autres magasins de vente au détail
<b>6.4</b>	<b>7.9</b>	<b>7.0</b>	<b>7.1</b>	<b>3.6</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Terre-Neuve</b>					
0.2	1.1	-1.0	1.7	1.5	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
0.8	3.4	2.7	6.0	2.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-5.6	-	-	5.4	-2.7	Magasins de chaussures
-21.6	-25.9	-3.8	-14.3	-22.9	Magasins de vêtements pour hommes
-6.7	-6.5	1.9	2.3	6.3	Magasins de vêtements pour femmes
11.7	4.7	9.3	3.1	4.1	Autres magasins de vêtements
13.9	10.3	7.3	15.5	25.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
26.3	6.7	-7.1	9.1	-5.0	Magasins d'accessoires d'ameublement
15.4	19.1	20.1	16.2	11.5	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
11.6	11.2	4.5	6.9	3.1	Stations-service
5.6	8.8	10.2	6.1	15.8	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
6.6	3.4	5.7	10.9	7.4	Magasins de marchandises diverses
8.0	-1.4	4.9	4.5	11.4	Autres magasins de produits semi-durables
22.9	25.7	14.9	8.3	14.7	Autres magasins de produits durables
5.5	3.3	9.0	4.6	0.8	Autres magasins de vente au détail
<b>7.3</b>	<b>7.5</b>	<b>6.6</b>	<b>8.2</b>	<b>7.0</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Prince Edward Island</b>					
Supermarkets and grocery stores	76.0	68.5	74.4	81.1	73.7
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	18.8	16.8	19.6	18.2	17.2
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	x	x	x	x	x
Other clothing stores	6.4	4.5	10.1	9.7	6.2
Household furniture and appliance stores	8.2	6.7	9.9	7.9	7.4
Household furnishings store	4.2	2.9	5.3	4.9	3.9
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	77.4	48.6	56.7	62.2	66.1
Gasoline service stations	37.6	30.8	34.1	42.0	31.2
Automotive parts, accessories and services	21.4	14.1	20.4	19.4	20.6
General merchandise stores	26.3	18.8	37.2	28.6	22.6
Other semi-durable goods stores	12.3	8.2	12.8	18.2	12.7
Other durable goods stores	5.2	3.5	7.3	6.9	5.0
Other retail stores	15.4	9.8	13.7	17.6	13.4
<b>Total, all stores</b>	<b>321.2</b>	<b>241.0</b>	<b>316.1</b>	<b>331.8</b>	<b>292.0</b>
<b>Nova Scotia</b>					
Supermarkets and grocery stores	520.6	488.5	516.5	515.3	496.2
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	129.3	127.2	147.7	131.5	126.1
Shoe stores	5.4	4.3	7.8	6.8	6.8
Men's clothing stores	5.0	3.3	8.4	4.7	4.8
Women's clothing stores	28.8	20.9	41.5	29.2	32.0
Other clothing stores	35.4	28.2	59.6	41.3	31.9
Household furniture and appliance stores	61.8	58.2	84.3	62.1	51.5
Household furnishings store	11.7	8.7	15.6	15.5	14.1
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	608.9	450.1	426.4	510.0	601.7
Gasoline service stations	201.0	168.8	191.9	202.3	181.5
Automotive parts, accessories and services	119.8	89.2	129.1	111.7	112.7
General merchandise stores	217.3	170.8	330.8	220.3	208.5
Other semi-durable goods stores	68.7	45.8	86.3	69.4	60.3
Other durable goods stores	40.7	33.8	60.8	44.8	38.9
Other retail stores	113.4	82.8	121.8	120.3	108.2
<b>Total, all stores</b>	<b>2,189.8</b>	<b>1,796.8</b>	<b>2,251.4</b>	<b>2,109.7</b>	<b>2,099.2</b>

Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	
Per cent – Pourcentage					
<b>Île-du-Prince-Édouard</b>					
3.1	7.0	14.6	14.5	16.1	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
9.3	1.8	-	-1.1	-2.8	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour femmes
3.2	-2.2	4.1	10.2	21.6	Autres magasins de vêtements
10.8	3.1	12.5	23.4	19.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
7.7	-3.3	15.2	-	-2.5	Magasins d'accessoires d'ameublement
17.1	13.0	27.1	11.1	-5.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
20.5	33.3	25.8	21.0	5.8	Stations-service
3.9	7.6	6.8	6.6	9.6	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
16.4	16.8	17.7	26.0	5.6	Magasins de marchandises diverses
-3.1	10.8	2.4	4.0	6.7	Autres magasins de produits semi-durables
4.0	16.7	19.7	25.5	28.2	Autres magasins de produits durables
14.9	11.4	1.5	8.6	10.7	Autres magasins de vente au détail
<b>10.0</b>	<b>11.2</b>	<b>14.4</b>	<b>12.9</b>	<b>6.2</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Nouvelle-Écosse</b>					
4.9	5.1	5.9	4.3	5.8	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
2.5	1.7	5.6	1.2	-0.2	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-20.6	-8.5	-	-1.4	-5.6	Magasins de chaussures
4.2	-5.7	3.7	6.8	-2.0	Magasins de vêtements pour hommes
-10.0	-11.4	-7.2	-9.9	10.3	Magasins de vêtements pour femmes
11.0	8.9	7.6	7.8	11.1	Autres magasins de vêtements
20.0	25.7	23.1	20.8	18.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
-17.0	-23.0	2.6	50.5	60.2	Magasins d'accessoires d'ameublement
1.2	3.5	-1.1	3.0	0.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
10.7	24.5	27.6	23.1	24.1	Stations-service
6.3	6.6	3.8	1.5	-0.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
4.2	3.6	6.2	11.1	9.7	Magasins de marchandises diverses
13.9	2.9	9.2	0.9	-8.6	Autres magasins de produits semi-durables
4.6	8.3	5.9	5.7	2.4	Autres magasins de produits durables
4.8	2.5	7.8	6.7	9.2	Autres magasins de vente au détail
<b>4.3</b>	<b>5.7</b>	<b>6.3</b>	<b>6.4</b>	<b>5.2</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>New Brunswick</b>					
Supermarkets and grocery stores	425.9	393.8	428.7	423.3	396.3
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	86.5	86.3	97.4	85.2	82.8
Shoe stores	5.9	4.3	7.4	6.7	6.6
Men's clothing stores	6.2	4.4	10.4	6.2	5.9
Women's clothing stores	20.6	15.1	30.5	20.8	21.1
Other clothing stores	30.9	23.5	47.9	33.8	27.5
Household furniture and appliance stores	46.4	40.8	63.9	48.9	40.1
Household furnishings stores	14.6	11.0	17.7	14.5	12.3
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	559.4	380.3	383.8	483.9	560.5
Gasoline service stations	170.2	142.0	159.1	168.8	142.2
Automotive parts, accessories and services	105.9	79.3	113.8	96.9	97.4
General merchandise stores	176.0	138.5	262.3	179.3	167.4
Other semi-durable goods stores	54.7	38.2	57.6	51.7	50.3
Other durable goods stores	26.9	20.9	42.1	28.9	25.4
Other retail stores	72.7	53.4	78.0	79.5	68.0
<b>Total, all stores</b>	<b>1,816.0</b>	<b>1,440.6</b>	<b>1,813.2</b>	<b>1,745.4</b>	<b>1,721.9</b>
<b>Quebec</b>					
Supermarkets and grocery stores	3,628.2	3,372.3	3,599.9	3,664.8	3,615.4
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	714.1	702.4	749.3	680.8	676.1
Shoe stores	146.8	92.1	170.7	133.8	155.2
Men's clothing stores	82.8	55.2	111.0	71.3	86.7
Women's clothing stores	322.6	225.5	371.6	296.3	318.8
Other clothing stores	456.2	332.6	517.1	440.2	428.9
Household furniture and appliance stores	780.2	624.0	891.4	774.4	697.6
Household furnishings stores	127.6	98.1	139.7	123.1	124.3
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,121.1	3,784.8	3,726.0	4,480.8	5,077.2
Gasoline service stations	1,145.1	1,057.4	1,058.9	1,025.4	911.8
Automotive parts, accessories and services	1,011.7	778.6	1,042.6	926.7	1,011.4
General merchandise stores	1,487.9	1,188.0	1,818.5	1,429.4	1,446.9
Other semi-durable goods stores	464.6	308.9	444.9	448.8	460.4
Other durable goods stores	377.7	301.9	425.7	363.8	370.6
Other retail stores	546.5	398.2	592.9	503.0	519.1
<b>Total, all stores</b>	<b>16,776.3</b>	<b>13,634.4</b>	<b>16,007.3</b>	<b>15,687.5</b>	<b>16,238.2</b>

Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					
Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Groupe de commerce
Per cent – Pourcentage					
<b>Nouveau-Brunswick</b>					
7.5	9.7	9.4	8.8	5.4	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
4.5	9.8	6.4	3.5	2.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-10.6	4.9	-	11.7	15.8	Magasins de chaussures
5.1	-8.3	-8.8	-1.6	-	Magasins de vêtements pour hommes
-2.4	4.9	6.6	3.5	7.7	Magasins de vêtements pour femmes
12.4	8.8	8.4	3.4	7.4	Autres magasins de vêtements
15.7	10.0	10.0	15.9	4.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
18.7	18.3	21.2	12.4	5.1	Magasins d'accessoires d'ameublement
-0.2	4.7	27.7	20.2	11.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
19.7	18.3	15.5	11.7	7.6	Stations-service
8.7	18.7	5.0	-0.4	-5.0	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
5.1	7.1	6.5	8.5	5.2	Magasins de marchandises diverses
8.7	2.1	2.7	8.6	6.8	Autres magasins de produits semi-durables
5.9	12.4	10.5	7.8	7.2	Autres magasins de produits durables
6.9	7.4	8.6	8.0	7.6	Autres magasins de vente au détail
<b>5.5</b>	<b>8.6</b>	<b>11.8</b>	<b>10.9</b>	<b>6.8</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Québec</b>					
0.4	0.6	2.7	4.8	5.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
5.6	4.3	2.6	-4.9	-7.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-5.4	3.8	0.4	-5.4	-5.0	Magasins de chaussures
-4.5	-9.7	-8.2	-8.6	-7.6	Magasins de vêtements pour hommes
1.2	2.7	4.2	-3.7	-4.1	Magasins de vêtements pour femmes
6.4	9.8	5.0	1.4	5.7	Autres magasins de vêtements
11.8	14.8	11.1	9.3	9.9	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
2.7	4.7	2.9	-2.1	-2.3	Magasins d'accessoires d'ameublement
0.9	5.2	5.7	12.7	8.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
25.6	35.7	28.7	20.9	13.6	Stations-service
0.0	7.2	6.6	6.5	3.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
2.8	5.9	4.4	8.1	6.6	Magasins de marchandises diverses
0.9	3.0	-6.9	-6.4	-7.2	Autres magasins de produits semi-durables
1.9	3.4	-0.4	3.1	7.6	Autres magasins de produits durables
5.3	5.5	15.4	12.8	9.5	Autres magasins de vente au détail
<b>3.3</b>	<b>6.2</b>	<b>5.7</b>	<b>7.1</b>	<b>5.5</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Ontario</b>					
Supermarkets and grocery stores	4,542.6	4,118.3	4,371.1	4,371.4	4,317.7
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	1,368.4	1,309.5	1,494.5	1,379.6	1,375.6
Shoe stores	162.0	119.5	173.5	151.1	170.5
Men's clothing stores	169.1	129.2	248.1	152.0	157.1
Women's clothing stores	465.8	359.6	590.7	438.6	460.3
Other clothing stores	622.2	521.1	895.0	651.5	586.6
Household furniture and appliance stores	1,043.7	955.8	1,283.3	1,043.6	905.5
Household furnishings stores	302.5	254.6	341.6	284.2	255.9
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	8,315.9	6,201.8	6,541.9	7,204.1	7,614.8
Gasoline service stations	2,102.9	1,902.4	1,878.4	1,821.4	1,641.2
Automotive parts, accessories and services	1,574.6	1,258.4	1,603.4	1,457.4	1,524.8
General merchandise stores	2,963.2	2,385.4	3,956.7	2,944.3	2,821.7
Other semi-durable goods stores	986.7	725.4	1,158.3	1,013.6	968.5
Other durable goods stores	696.6	571.1	918.9	716.0	672.1
Other retail stores	1,468.7	1,159.2	1,606.0	1,517.0	1,382.1
<b>Total, all stores</b>	<b>27,302.5</b>	<b>22,419.2</b>	<b>27,604.6</b>	<b>25,642.3</b>	<b>25,353.4</b>
<b>Manitoba</b>					
Supermarkets and grocery stores	571.6	527.8	559.0	546.1	532.0
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	72.8	72.5	80.9	70.4	68.9
Shoe stores	11.5	8.9	13.4	11.0	12.3
Men's clothing stores	11.8	7.9	17.1	10.4	11.4
Women's clothing stores	30.0	22.4	36.5	29.6	29.8
Other clothing stores	45.2	39.2	66.8	51.2	45.3
Household furniture and appliance stores	86.9	76.7	106.5	85.4	74.5
Household furnishings stores	17.1	15.1	18.0	16.7	15.2
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	708.0	592.0	618.6	676.6	701.1
Gasoline service stations	206.4	180.4	184.6	186.4	167.5
Automotive parts, accessories and services	122.3	95.7	123.0	111.8	124.0
General merchandise stores	286.7	235.1	379.8	284.8	279.0
Other semi-durable goods stores	55.7	42.4	75.3	55.2	54.8
Other durable goods stores	54.0	44.4	66.4	54.7	54.7
Other retail stores	100.2	78.5	111.4	102.0	95.1
<b>Total, all stores</b>	<b>2,400.6</b>	<b>2,056.1</b>	<b>2,478.7</b>	<b>2,308.9</b>	<b>2,281.5</b>

Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	
Per cent – Pourcentage					
<b>Ontario</b>					
5.2	2.6	2.1	0.5	-1.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
-0.5	-1.4	3.0	3.7	4.9	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-5.0	-0.3	-3.1	-6.8	-2.0	Magasins de chaussures
7.6	12.3	3.2	2.0	-1.8	Magasins de vêtements pour hommes
1.2	6.7	6.4	2.8	4.4	Magasins de vêtements pour femmes
6.1	10.4	8.2	12.3	17.2	Autres magasins de vêtements
15.3	19.1	14.5	11.3	10.5	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
18.2	20.8	11.1	8.5	8.3	Magasins d'accessoires d'ameublement
9.2	9.5	14.0	15.3	3.4	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
28.1	37.6	25.1	16.9	8.9	Stations-service
3.3	7.3	6.4	3.3	3.6	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
5.0	7.2	5.7	12.8	8.9	Magasins de marchandises diverses
1.9	7.6	3.4	13.9	10.6	Autres magasins de produits semi-durables
3.6	7.4	4.2	4.0	4.3	Autres magasins de produits durables
6.3	7.9	10.0	7.3	9.7	Autres magasins de vente au détail
7.7	9.1	8.6	9.2	4.6	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Manitoba</b>					
7.4	7.8	4.2	2.1	-0.4	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
5.7	3.9	6.3	1.4	1.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-6.5	-	-13.5	-12.0	-3.9	Magasins de chaussures
3.5	-	0.6	11.8	0.9	Magasins de vêtements pour hommes
0.7	2.3	6.1	8.8	8.8	Magasins de vêtements pour femmes
-0.2	4.8	-0.7	6.0	4.4	Autres magasins de vêtements
16.6	7.0	3.2	6.5	4.2	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
12.5	28.0	24.1	26.5	19.7	Magasins d'accessoires d'ameublement
1.0	-1.1	-2.0	0.7	-6.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
23.2	26.2	27.8	19.3	10.3	Stations-service
-1.4	-4.8	-0.1	-5.3	3.6	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
2.8	5.1	1.9	7.9	4.5	Magasins de marchandises diverses
1.6	0.5	0.9	13.3	9.4	Autres magasins de produits semi-durables
-1.3	8.8	7.6	4.8	0.2	Autres magasins de produits durables
5.4	8.3	7.3	12.6	9.2	Autres magasins de vente au détail
5.2	5.2	3.4	4.2	0.2	<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Saskatchewan</b>					
Supermarkets and grocery stores	482.4	427.7	468.9	480.9	469.8
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	90.0	89.4	100.9	94.0	92.2
Shoe stores	5.8	5.1	6.3	5.4	6.2
Men's clothing stores	8.5	6.1	12.0	7.6	8.2
Women's clothing stores	25.1	20.4	31.2	24.3	25.9
Other clothing stores	41.3	33.7	58.3	44.6	39.3
Household furniture and appliance stores	65.6	61.5	89.0	61.6	57.5
Household furnishings stores	18.5	16.3	22.2	20.1	18.9
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	566.4	445.3	481.2	499.7	531.0
Gasoline service stations	179.8	162.1	174.3	181.0	153.5
Automotive parts, accessories and services	133.6	115.5	138.3	130.2	128.7
General merchandise stores	269.7	220.1	342.2	261.4	251.5
Other semi-durable goods stores	48.8	36.6	57.3	44.4	49.7
Other durable goods stores	47.1	39.4	66.2	47.8	46.1
Other retail stores	75.4	58.2	80.6	72.5	68.7
<b>Total, all stores</b>	<b>2,076.9</b>	<b>1,752.5</b>	<b>2,149.3</b>	<b>1,990.0</b>	<b>1,961.5</b>
<b>Alberta</b>					
Supermarkets and grocery stores	1,683.0	1,556.5	1,661.7	1,626.0	1,576.3
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	315.7	307.0	362.3	318.8	313.0
Shoe stores	36.9	27.8	37.6	33.6	33.7
Men's clothing stores	47.3	39.0	68.4	42.9	44.8
Women's clothing stores	110.5	89.1	131.3	104.9	103.2
Other clothing stores	186.4	153.6	243.9	202.0	166.2
Household furniture and appliance stores	344.4	334.1	461.2	356.0	308.5
Household furnishings stores	80.5	66.7	85.3	74.2	69.8
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	2,531.1	1,934.7	2,032.9	2,066.4	2,131.0
Gasoline service stations	588.7	538.1	544.9	559.3	491.4
Automotive parts, accessories and services	468.5	348.3	437.7	425.7	431.9
General merchandise stores	843.8	699.8	1,109.8	841.6	793.6
Other semi-durable goods stores	222.6	169.0	266.0	210.5	213.1
Other durable goods stores	205.3	166.4	260.4	215.6	196.9
Other retail stores	439.8	367.2	466.5	437.4	418.2
<b>Total, all stores</b>	<b>8,145.6</b>	<b>6,835.5</b>	<b>8,220.2</b>	<b>7,559.9</b>	<b>7,336.1</b>

Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	
Per cent – Pourcentage					
<b>Saskatchewan</b>					
2.7	0.1	-0.9	-0.8	-1.7	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
-2.4	-4.1	-4.9	-4.4	-4.9	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-6.5	10.9	-3.1	-6.9	-13.9	Magasins de chaussures
3.7	-6.2	-7.7	-6.2	-9.9	Magasins de vêtements pour hommes
-3.1	7.4	2.0	0.8	4.9	Magasins de vêtements pour femmes
5.1	8.4	4.7	6.7	3.7	Autres magasins de vêtements
14.1	11.2	9.1	3.5	8.3	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
-2.1	5.2	7.8	3.1	2.2	Magasins d'accessoires d'ameublement
6.7	8.8	4.0	1.9	-2.2	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
17.1	27.4	26.5	19.5	8.3	Stations-service
3.8	12.5	-0.9	-8.8	1.7	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
7.2	7.3	5.0	8.5	5.5	Magasins de marchandises diverses
-1.8	2.8	0.5	1.8	0.2	Autres magasins de produits semi-durables
2.2	11.6	8.0	3.2	1.8	Autres magasins de produits durables
9.8	7.8	6.9	1.5	2.2	Autres magasins de vente au détail
<b>5.9</b>	<b>7.3</b>	<b>4.1</b>	<b>2.4</b>	<b>0.5</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Alberta</b>					
6.8	6.2	4.3	3.0	2.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
0.9	1.6	7.0	10.6	6.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
9.5	8.6	1.3	-6.4	-8.4	Magasins de chaussures
5.6	4.0	-5.4	-1.6	-8.6	Magasins de vêtements pour hommes
7.1	5.7	3.5	0.6	1.0	Magasins de vêtements pour femmes
12.2	7.8	-1.5	-6.3	-7.9	Autres magasins de vêtements
11.6	15.2	10.8	11.8	7.5	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
15.3	9.3	-0.4	-1.7	-5.3	Magasins d'accessoires d'ameublement
18.8	13.6	14.7	7.2	-5.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
19.8	33.4	25.1	15.4	4.5	Stations-service
8.5	5.4	1.0	2.0	2.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
6.3	7.0	4.8	9.4	5.3	Magasins de marchandises diverses
4.5	4.8	4.8	6.2	6.3	Autres magasins de produits semi-durables
4.3	3.5	1.7	1.6	-1.8	Autres magasins de produits durables
5.2	7.1	7.2	6.3	8.7	Autres magasins de vente au détail
<b>11.0</b>	<b>10.1</b>	<b>7.9</b>	<b>6.0</b>	<b>0.6</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region**  
**(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>British Columbia</b>					
Supermarkets and grocery stores	1,971.9	1,847.0	1,996.1	1,987.4	1,913.6
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	456.9	437.9	518.5	435.1	422.0
Shoe stores	49.6	39.9	52.2	50.7	51.0
Men's clothing stores	44.1	36.3	66.5	41.4	41.0
Women's clothing stores	130.5	107.0	160.9	141.6	130.0
Other clothing stores	207.2	182.2	272.2	220.7	189.9
Household furniture and appliance stores	359.7	344.9	469.2	368.3	334.4
Household furnishings stores	102.2	95.4	126.0	110.5	101.2
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	2,398.9	1,984.6	1,799.6	2,047.2	2,199.6
Gasoline service stations	675.6	567.3	591.8	676.6	597.5
Automotive parts, accessories and services	463.8	404.3	458.5	453.3	441.2
General merchandise stores	949.3	813.5	1,267.2	995.8	936.5
Other semi-durable goods stores	298.1	217.4	320.1	289.9	301.0
Other durable goods stores	278.9	245.0	344.5	290.8	260.1
Other retail stores	445.8	378.5	499.5	471.7	435.4
<b>Total, all stores</b>	<b>8,972.5</b>	<b>7,836.4</b>	<b>9,092.8</b>	<b>8,721.3</b>	<b>8,496.2</b>
<b>Yukon, Northwest Territories and Nunavut</b>					
Supermarkets and grocery stores	56.7	49.3	54.1	56.0	53.7
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	x
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	1.2	0.9	1.4	1.2	1.2
Other clothing stores	x	x	x	x	x
Household furniture and appliance stores	4.5	4.1	5.7	4.6	4.3
Household furnishings stores	1.1	1.0	1.4	1.0	0.8
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	x	x	x	x	x
Gasoline service stations	x	x	x	x	x
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	x
General merchandise stores	61.1	54.7	65.0	60.3	59.8
Other semi-durable goods stores	6.9	5.4	7.7	7.7	6.9
Other durable goods stores	6.2	4.0	6.2	6.5	5.8
Other retail stores	11.8	9.2	11.4	12.3	10.6
<b>Total, all stores</b>	<b>238.7</b>	<b>201.4</b>	<b>224.9</b>	<b>235.3</b>	<b>225.9</b>

Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	
Per cent – Pourcentage					
<b>Colombie-Britannique</b>					
3.0	3.2	3.9	1.3	-1.1	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
8.3	5.1	10.6	6.9	1.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-2.7	5.6	0.8	1.4	2.4	Magasins de chaussures
7.6	8.4	2.2	-1.0	-4.4	Magasins de vêtements pour hommes
0.4	2.3	3.9	6.3	-4.6	Magasins de vêtements pour femmes
9.1	12.3	5.0	8.8	10.6	Autres magasins de vêtements
7.6	3.8	5.1	1.3	2.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
1.0	2.8	7.0	10.5	6.5	Magasins d'accessoires d'ameublement
9.1	9.2	4.0	-0.7	-2.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
13.1	23.5	11.8	6.0	-7.7	Stations-service
5.1	7.1	7.1	8.4	1.6	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
1.4	4.8	3.8	10.0	4.4	Magasins de marchandises diverses
-1.0	-2.0	-6.5	0.2	3.3	Autres magasins de produits semi-durables
7.2	1.4	2.2	-2.2	-0.9	Autres magasins de produits durables
2.4	4.3	6.8	5.2	3.0	Autres magasins de vente au détail
<b>5.6</b>	<b>6.4</b>	<b>4.6</b>	<b>3.1</b>	<b>-0.3</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Yukon, Territoires du Nord-Ouest et Nunavut</b>					
5.6	5.1	9.3	8.1	6.3	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
x	x	x	x	x	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
-	-	-6.7	-	-7.7	Magasins de vêtements pour femmes
x	x	x	x	x	Autres magasins de vêtements
4.7	7.9	11.8	2.2	13.2	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
37.5	100.0	75.0	11.1	-	Magasins d'accessoires d'ameublement
x	x	x	x	x	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
x	x	x	x	x	Stations-service
x	x	x	x	x	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
2.2	5.8	7.4	7.7	14.1	Magasins de marchandises diverses
-	10.2	1.3	-2.5	-4.2	Autres magasins de produits semi-durables
6.9	14.3	-4.6	1.6	3.6	Autres magasins de produits durables
11.3	-	10.7	1.7	-17.8	Autres magasins de vente au détail
<b>5.7</b>	<b>7.3</b>	<b>6.9</b>	<b>7.2</b>	<b>6.0</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Yukon</b>					
Supermarkets and grocery stores	26.1	22.5	25.4	26.4	25.0
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	x
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	x	x	x	x	x
Other clothing stores	x	x	x	x	x
Household furniture and appliance stores	x	x	x	x	x
Household furnishings stores	x	x	x	x	x
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	x	x	x	x	x
Gasoline service stations	x	x	x	x	x
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	x
General merchandise stores	x	x	x	x	x
Other semi-durable goods stores	x	2.4	3.8	4.6	3.6
Other durable goods stores	x	x	x	x	x
Other retail stores	x	x	x	x	x
<b>Total, all stores</b>	<b>93.8</b>	<b>69.7</b>	<b>81.4</b>	<b>93.9</b>	<b>88.5</b>
<b>Northwest Territories</b>					
Supermarkets and grocery stores	22.1	19.9	21.1	22.2	20.6
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	x
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	x	x	x	x	x
Other clothing stores	x	x	x	x	x
Household furniture and appliance stores	x	x	x	x	x
Household furnishings stores	x	x	x	x	x
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	20.5	x	15.7	20.9	19.3
Gasoline service stations	4.7	x	6.1	5.4	4.3
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	x
General merchandise stores	x	x	x	x	x
Other semi-durable goods stores	x	x	x	x	x
Other durable goods stores	3.0	1.9	3.1	2.4	2.9
Other retail stores	x	x	x	x	x
<b>Total, all stores</b>	<b>98.7</b>	<b>90.2</b>	<b>97.2</b>	<b>97.5</b>	<b>92.7</b>

Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	
Per cent – Pourcentage					
					<b>Yukon</b>
4.4	3.2	5.4	-0.8	2.0	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
x	x	x	x	x	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour femmes
x	x	x	x	x	Autres magasins de vêtements
x	x	x	x	x	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
x	x	x	x	x	Magasins d'accessoires d'ameublement
x	x	x	x	x	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
x	x	x	x	x	Stations-service
x	x	x	x	x	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
x	x	x	x	x	Magasins de marchandises diverses
x	4.3	-	2.2	5.9	Autres magasins de produits semi-durables
x	x	x	x	x	Autres magasins de produits durables
x	x	x	x	x	Autres magasins de vente au détail
<b>6.0</b>	<b>6.4</b>	<b>5.4</b>	<b>4.8</b>	<b>8.2</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
					<b>Territoires du Nord-Ouest</b>
7.3	7.6				Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x				Tous les autres magasins d'alimentation
x	x				Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x				Magasins de chaussures
x	x				Magasins de vêtements pour hommes
x	x				Magasins de vêtements pour femmes
x	x				Autres magasins de vêtements
x	x				Magasins de meubles et d'appareils ménagers
x	x				Magasins d'accessoires d'ameublement
6.2	x				Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
9.3	x				Stations-service
x	x				Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
x	x				Magasins de marchandises diverses
x	x				Autres magasins de produits semi-durables
3.4	5.6				Autres magasins de produits durables
x	x				Autres magasins de vente au détail
<b>6.5</b>	<b>8.0</b>				<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Nunavut</b>					
Supermarkets and grocery stores	8.5	6.9	7.7	7.3	8.2
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	x
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	x	x	x	x	x
Other clothing stores	x	x	x	x	x
Household furniture and appliance stores	x	x	x	x	x
Household furnishings stores	x	x	x	x	x
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	x	x	x	x	x
Gasoline service stations	x	x	x	x	x
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	x
General merchandise stores	x	x	x	x	x
Other semi-durable goods stores	x	x	x	x	x
Other durable goods stores	x	x	x	x	x
Other retail stores	x	x	x	x	x
<b>Total, all stores</b>	<b>46.2</b>	<b>41.5</b>	<b>46.3</b>	<b>43.8</b>	<b>44.7</b>

Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	
Per cent – Pourcentage					
3.7	4.5				<b>Nunavut</b>
x	x				Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x				Tous les autres magasins d'alimentation
					Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x				Magasins de chaussures
x	x				Magasins de vêtements pour hommes
x	x				Magasins de vêtements pour femmes
x	x				Autres magasins de vêtements
x	x				Magasins de meubles et d'appareils ménagers
x	x				Magasins d'accessoires d'ameublement
x	x				Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
x	x				Stations-service
x	x				Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
x	x				Magasins de marchandises diverses
x	x				Autres magasins de produits semi-durables
x	x				Autres magasins de produits durables
x	x				Autres magasins de vente au détail
3.4	7.2				<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 4

**Retail Trade Sample Response Fraction and coefficient of Variation  
(Current Periods)**

	Response fraction Fraction de réponse			
	August 2000 Août	July 2000 Juillet	June 2000 Juin	May 2000 Mai
	Per cent – Pourcentage			
<b>Trade Group - Canada</b>				
Supermarkets and grocery stores	93.8	95.2	95.9	95.2
All other food stores	83.9	86.9	90.4	88.4
Drugs and patent medicine stores	89.1	90.5	90.9	91.0
Shoe stores	86.0	86.2	93.9	94.8
Men's clothing stores	91.1	93.3	93.2	93.0
Women's clothing stores	88.3	92.9	93.5	93.3
Other clothing stores	94.1	95.1	95.6	95.4
Household furniture and appliance stores	89.1	90.2	92.8	93.3
Household furnishings stores	84.5	86.8	88.4	89.2
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	93.4	94.4	95.4	96.4
Gasoline service stations	91.8	94.1	94.2	94.4
Automotive parts, accessories and services	90.1	91.8	93.0	93.0
General merchandise stores	97.3	99.3	99.2	99.0
Other semi-durable goods stores	85.2	88.8	89.3	89.4
Other durable goods stores	81.6	86.2	92.2	91.2
Other retail stores	90.3	93.8	94.9	95.2
<b>Total, all stores</b>	<b>92.1</b>	<b>93.9</b>	<b>94.9</b>	<b>95.0</b>
<b>Regions</b>				
Newfoundland	93.6	96.5	96.5	97.1
Prince Edward Island	92.4	95.1	94.4	94.5
Nova Scotia	94.8	96.3	96.8	96.2
New Brunswick	92.9	93.5	94.0	94.4
Quebec	91.6	93.1	95.0	95.3
Ontario	92.3	94.2	95.2	95.2
Manitoba	92.2	94.4	93.3	92.8
Saskatchewan	90.7	93.2	92.6	93.8
Alberta	91.9	93.3	93.5	94.5
British Columbia	92.1	93.9	95.4	94.9
Yukon	86.8	89.4	89.8	90.1
Nunavut	87.5	97.6	97.1	93.2
Northwest Territories	74.9	94.7	94.7	94.5

Tableau 4

**Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation  
(périodes courantes)**

Coefficient of variation Coefficient de variation				
August 2000 Août	July 2000 Juillet	June 2000 Juin	May 2000 Mai	
Per cent – Pourcentage				
<b>Groupe de commerce - Canada</b>				
2.1	2.1	2.0	1.7	Supermarchés d'alimentation et épiceries
6.1	6.2	6.1	6.0	Tous les autres magasins d'alimentation
2.2	2.2	2.2	2.1	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
2.7	2.8	3.1	3.1	Magasins de chaussures
3.9	3.7	3.2	3.3	Magasins de vêtements pour hommes
2.8	2.5	2.8	2.9	Magasins de vêtements pour femmes
3.0	2.2	2.1	2.0	Autres magasins de vêtements
3.5	4.3	4.3	4.2	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
4.1	4.0	3.8	4.5	Magasins d'accessoires d'ameublement
4.1	3.8	3.8	3.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
3.2	3.0	3.1	3.0	Stations-service
2.8	2.8	2.6	2.5	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
1.5	1.5	1.3	1.4	Magasins de marchandises diverses
5.5	5.8	5.2	5.0	Autres magasins de produits semi-durables
3.6	3.7	3.8	4.1	Autres magasins de produits durables
3.0	2.7	2.5	3.6	Autres magasins de vente au détail
<b>1.3</b>	<b>1.2</b>	<b>1.3</b>	<b>1.3</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Régions</b>				
5.5	4.2	5.8	7.8	Terre-Neuve
2.4	2.5	2.1	2.1	Île-du-Prince-Édouard
6.2	5.9	4.6	4.2	Nouvelle-Écosse
4.2	4.1	4.7	4.5	Nouveau-Brunswick
3.5	3.1	3.1	3.5	Québec
2.4	2.3	2.5	2.4	Ontario
2.5	2.3	2.5	2.4	Manitoba
2.5	2.6	2.4	2.4	Saskatchewan
2.8	2.8	2.8	3.0	Alberta
2.0	1.9	1.9	1.9	Colombie-Britannique
0.3	0.3	0.4	0.3	Yukon
-	-	-	-	Nunavut
-	-	-	-	Territoires du Nord Ouest

Table 5

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Historical Estimates)**

	August 2000 Août	July 2000 Juillet	June 2000 Juin	May 2000 Mai	April 2000 Avril	March 2000 Mars	February 2000 Février
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Trade Group - Canada</b>							
Supermarkets and grocery stores	4,744.7	4,736.7	4,676.9	4,655.6	4,720.9	4,640.9	4,606.1
All other food stores	389.5	380.9	375.9	374.1	375.3	372.9	373.6
Drugs and patent medicine stores	1,135.0	1,142.1	1,132.2	1,123.9	1,129.2	1,109.0	1,111.1
Shoe stores	133.1	136.0	133.2	132.9	129.9	143.6	137.4
Men's clothing stores	133.2	134.3	132.9	131.7	126.1	132.1	130.6
Women's clothing stores	382.7	379.2	382.7	381.8	371.3	390.2	377.2
Other clothing stores	603.4	614.1	601.1	591.4	597.8	592.8	579.0
Household furniture and appliance stores	1,006.4	1,034.2	1,018.7	1,026.4	1,024.4	1,011.7	987.5
Household furnishings stores	236.4	242.5	231.0	233.8	231.6	229.4	229.7
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	6,401.0	6,290.9	6,170.8	6,048.6	5,945.0	6,114.7	5,829.8
Gasoline service stations	1,814.4	1,854.0	1,831.5	1,778.6	1,772.3	1,812.5	1,780.7
Automotive parts, accessories and services	1,334.8	1,324.7	1,283.7	1,302.7	1,240.3	1,325.6	1,276.0
General merchandise stores	2,614.8	2,658.6	2,609.1	2,570.7	2,563.9	2,536.0	2,544.8
Other semi-durable goods stores	739.7	752.1	734.0	719.0	712.9	726.9	703.1
Other durable goods stores	627.9	615.9	619.3	611.4	588.2	608.3	612.6
Other retail stores	1,130.7	1,114.8	1,111.8	1,105.2	1,093.3	1,092.8	1,079.7
<b>Total, all stores</b>	<b>23,427.7</b>	<b>23,411.2</b>	<b>23,045.0</b>	<b>22,787.9</b>	<b>22,622.4</b>	<b>22,839.6</b>	<b>22,358.9</b>
<b>Regions</b>							
Newfoundland	380.6	378.5	377.1	371.7	373.6	372.4	362.0
Prince Edward Island	105.2	105.3	103.5	103.1	104.6	101.2	102.5
Nova Scotia	713.4	726.3	715.9	696.4	699.6	707.2	697.5
New Brunswick	584.2	575.2	577.1	572.8	573.2	590.0	559.4
Quebec	5,366.3	5,399.0	5,252.3	5,172.5	5,181.4	5,307.0	5,122.1
Ontario	9,014.1	8,984.7	8,851.1	8,801.4	8,625.4	8,700.8	8,523.1
Manitoba	798.5	797.7	778.8	779.9	770.9	779.0	776.6
Saskatchewan	688.4	687.4	684.8	678.8	664.2	679.1	665.9
Alberta	2,707.5	2,702.1	2,656.3	2,630.2	2,630.8	2,605.8	2,572.2
British Columbia	2,993.2	2,979.8	2,972.9	2,905.8	2,922.3	2,918.7	2,902.2
Yukon	28.1	27.8	28.7	28.8	29.2	29.0	28.5
Nunavut	15.3	14.7	15.1	15.1	15.2	15.6	14.7
Northwest Territories	33.0	32.6	31.3	31.3	31.9	33.6	32.2

Tableau 5

**Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations historiques)**

January 2000 Janvier	December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	October 1999 Octobre	September 1999 Septembre	August 1999 Août	
Millions of dollars – Millions de dollars						
4,496.2	4,663.7	4,574.5	4,540.4	4,550.2	4,553.1	<b>Groupe de commerce - Canada</b>
370.5	374.4	371.1	367.3	366.7	365.1	Supermarchés d'alimentation et épiceries
1,121.2	1,117.5	1,130.7	1,116.3	1,117.4	1,114.1	Tous les autres magasins d'alimentation
						Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
137.7	136.5	128.0	137.4	129.4	133.0	Magasins de chaussures
128.1	128.0	129.1	131.3	126.3	132.9	Magasins de vêtements pour hommes
385.5	380.3	383.0	379.8	361.6	379.1	Magasins de vêtements pour femmes
586.0	562.3	557.7	567.1	552.9	559.6	Autres magasins de vêtements
998.5	970.9	945.6	976.4	940.9	934.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
						Magasins d'accessoires d'ameublement
224.7	222.1	229.6	224.0	215.6	216.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
6,146.8	6,107.6	5,877.2	5,657.4	6,069.5	6,009.9	Stations-service
1,667.4	1,690.9	1,629.2	1,610.0	1,584.0	1,569.0	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
1,267.8	1,312.0	1,276.0	1,249.4	1,259.3	1,251.6	Magasins de marchandises diverses
2,596.1	2,482.0	2,446.1	2,580.2	2,578.9	2,582.6	Autres magasins de produits semi-durables
745.1	684.6	710.1	713.4	708.8	727.7	Autres magasins de produits durables
606.8	596.1	588.4	594.0	588.3	587.5	Autres magasins de vente au détail
1,066.6	1,089.2	1,077.6	1,067.4	1,057.6	1,041.7	
<b>22,544.9</b>	<b>22,518.2</b>	<b>22,053.9</b>	<b>21,911.9</b>	<b>22,207.3</b>	<b>22,157.5</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
						<b>Régions</b>
364.9	360.0	358.9	354.1	358.6	351.0	Terre-Neuve
99.4	101.8	100.1	99.5	100.8	98.2	Île-du-Prince-Édouard
673.3	704.7	692.4	688.2	688.7	685.2	Nouvelle-Écosse
566.7	570.9	561.2	555.3	560.1	568.0	Nouveau-Brunswick
5,240.1	5,199.4	5,104.2	5,057.5	5,124.3	5,097.8	Québec
8,606.3	8,548.3	8,425.8	8,392.3	8,458.5	8,572.7	Ontario
769.9	778.0	755.5	738.3	775.7	769.1	Manitoba
666.4	673.5	657.7	631.7	657.0	659.0	Saskatchewan
2,582.0	2,577.4	2,502.7	2,497.2	2,556.9	2,483.1	Alberta
2,900.9	2,928.4	2,821.9	2,825.2	2,852.4	2,800.1	Colombie-Britannique
27.9	28.5	27.5	26.4	28.1	27.4	Yukon
14.9	14.5	14.8	14.5	14.8	14.4	Nunavut
32.3	32.8	31.2	31.8	31.5	31.5	Territoires du Nord Ouest



Table 6

**Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Historical Estimates)**

	August 2000 Août	July 2000 Juillet	June 2000 Juin	May 2000 Mai	April 2000 Avril	March 2000 Mars	February 2000 Février
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Trade Group - Canada</b>							
Supermarkets and grocery stores	4,888.5	4,928.8	4,899.7	4,682.4	4,658.9	4,611.8	4,181.9
All other food stores	392.4	394.2	393.7	381.0	379.4	354.8	332.6
Drugs and patent medicine stores	1,129.3	1,106.2	1,123.0	1,118.6	1,078.7	1,101.3	1,043.4
Shoe stores	138.6	126.5	144.1	154.8	129.8	116.6	83.3
Men's clothing stores	113.1	115.8	141.8	126.9	110.8	102.1	83.9
Women's clothing stores	367.9	362.1	386.8	408.8	355.9	331.8	264.1
Other clothing stores	656.3	559.6	561.7	554.3	532.8	513.3	394.2
Household furniture and appliance stores	1,022.5	1,019.9	993.0	940.1	901.7	912.5	791.8
Household furnishings stores	247.9	245.4	238.6	236.1	207.5	214.4	185.6
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	6,716.8	6,430.5	7,376.7	7,559.6	6,370.7	6,599.5	4,854.5
Gasoline service stations	1,979.1	2,016.2	1,945.3	1,838.8	1,640.3	1,746.2	1,579.4
Automotive parts, accessories and services	1,364.5	1,392.3	1,418.8	1,482.3	1,195.0	1,201.7	985.7
General merchandise stores	2,561.0	2,485.3	2,540.1	2,525.8	2,361.0	2,223.6	1,886.2
Other semi-durable goods stores	787.0	786.1	789.1	821.6	632.7	570.0	503.7
Other durable goods stores	670.9	619.0	619.5	606.3	526.0	498.1	455.8
Other retail stores	1,218.6	1,233.3	1,208.9	1,119.3	1,000.0	977.7	837.9
<b>Total, all stores</b>	<b>24,254.3</b>	<b>23,821.2</b>	<b>24,780.8</b>	<b>24,557.0</b>	<b>22,081.1</b>	<b>22,075.5</b>	<b>18,463.9</b>
<b>Regions</b>							
Newfoundland	405.7	393.3	417.0	402.9	358.8	357.7	285.5
Prince Edward Island	122.9	123.3	117.2	109.4	94.6	87.6	78.0
Nova Scotia	746.8	756.2	788.9	730.1	670.8	666.9	577.2
New Brunswick	622.4	599.8	632.5	627.8	555.7	552.7	444.5
Quebec	5,620.7	5,524.3	5,709.5	5,798.3	5,268.4	5,199.3	4,184.5
Ontario	9,196.1	9,045.4	9,562.9	9,456.3	8,283.3	8,350.0	7,013.7
Manitoba	814.4	794.5	831.2	820.0	749.4	765.7	648.6
Saskatchewan	714.1	696.6	724.9	709.0	643.0	639.4	548.6
Alberta	2,795.7	2,718.2	2,798.7	2,798.0	2,548.9	2,531.7	2,124.4
British Columbia	3,132.8	3,086.3	3,114.0	3,024.8	2,833.7	2,847.3	2,496.7
Yukon	32.6	33.1	34.2	32.6	27.0	26.9	21.2
Nunavut	15.9	15.0	14.7	15.7	15.7	15.5	13.1
Northwest Territories	34.1	35.2	35.0	31.9	31.8	34.9	28.0

Tableau 6

**Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations historiques)**

January 2000 Janvier	December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	October 1999 Octobre	September 1999 Septembre	August 1999 Août	Year 2000 Année	
Millions of dollars – Millions de dollars							
4,313.4	5,077.3	4,305.8	4,623.8	4,540.9	4,498.3	37,165.2	<b>Groupe de commerce - Canada</b>
321.0	473.0	348.4	366.3	357.2	358.5	2,949.1	Supermarchés d'alimentation et épiceries
1,070.6	1,415.9	1,116.4	1,115.3	1,090.7	1,089.9	8,771.2	Tous les autres magasins d'alimentation
							Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
105.5	178.1	140.1	157.1	139.3	135.6	999.2	Magasins de chaussures
98.7	261.0	156.1	136.4	118.6	109.5	893.0	Magasins de vêtements pour hommes
276.1	612.4	410.9	399.7	374.1	359.2	2,753.5	Magasins de vêtements pour femmes
424.8	969.1	618.0	614.1	585.0	604.5	4,197.1	Autres magasins de vêtements
828.9	1,454.4	1,045.9	1,010.8	959.8	942.8	7,410.5	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
							Magasins d'accessoires d'ameublement
171.3	281.9	260.7	233.0	219.6	221.8	1,746.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
4,648.2	5,371.1	5,510.5	5,429.0	6,164.6	5,979.2	50,556.5	Stations-service
1,525.5	1,698.2	1,581.1	1,648.3	1,622.5	1,702.0	14,270.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
1,050.7	1,461.4	1,427.9	1,259.0	1,245.6	1,231.1	10,091.0	Magasins de marchandises diverses
1,929.0	4,147.0	2,961.3	2,683.1	2,499.0	2,480.5	18,512.0	Autres magasins de produits semi-durables
537.8	1,064.1	762.6	689.4	720.2	755.3	5,428.0	Autres magasins de produits durables
485.8	1,127.6	557.0	534.0	573.5	613.5	4,481.4	Autres magasins de vente au détail
811.2	1,558.8	1,006.1	1,064.1	1,050.7	1,086.8	8,406.9	
<b>18,598.5</b>	<b>27,151.3</b>	<b>22,208.9</b>	<b>21,963.3</b>	<b>22,261.4</b>	<b>22,168.4</b>	<b>178,632.3</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
							<b>Régions</b>
280.8	435.7	376.5	352.8	354.6	363.2	2,901.8	Terre-Neuve
75.4	121.2	97.7	97.2	101.7	111.1	808.4	Île-du-Prince-Édouard
552.7	857.9	708.8	684.8	680.5	700.8	5,489.6	Nouvelle-Écosse
443.4	683.1	569.5	560.7	559.5	583.9	4,478.8	Nouveau-Brunswick
4,250.7	5,883.1	5,042.7	5,081.5	5,158.3	5,122.0	41,555.6	Québec
7,055.5	10,609.3	8,627.0	8,368.3	8,521.3	8,427.0	67,963.2	Ontario
641.8	963.3	760.2	755.2	775.1	762.7	6,065.7	Manitoba
564.5	819.7	667.2	662.4	651.3	661.6	5,240.1	Saskatchewan
2,179.4	3,167.7	2,533.8	2,518.7	2,531.9	2,487.5	20,495.0	Alberta
2,492.4	3,524.4	2,757.6	2,810.8	2,852.2	2,871.4	23,028.1	Colombie-Britannique
21.6	31.3	25.0	25.1	29.0	31.0	229.2	Yukon
13.0	17.3	14.2	14.8	14.3	14.9	118.6	Nunavut
27.3	37.4	28.5	31.2	31.7	31.3	258.2	Territoires du Nord Ouest

Table 7

**Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region  
(Current Periods)**

	Sales Ventes				
	August 2000 Août	July 2000 Juillet	June 2000 Juin	May 2000 Mai	Year-to-date 2000 Cumulatif
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Regions</b>					
Newfoundland	116.5	107.9	108.9	103.4	785.0
Prince Edward Island	38.7	36.7	32.6	28.8	228.6
Nova Scotia	216.2	209.1	212.9	198.2	1,530.6
New Brunswick	171.2	157.1	161.8	159.5	1,179.9
Quebec	1,665.5	1,666.9	1,717.8	1,701.2	12,221.5
Ontario	3,095.1	2,979.2	3,026.1	3,051.7	22,185.7
Manitoba	237.1	224.0	229.7	228.3	1,697.4
Saskatchewan	217.6	202.5	214.2	211.9	1,569.1
Alberta	871.4	815.9	817.7	807.6	6,133.0
British Columbia	1,032.1	994.1	984.1	971.5	7,421.9
Yukon	7.6	7.6	7.1	6.5	50.4
Nunavut	13.0	12.1	11.7	12.3	95.1
Northwest Territories	12.2	12.7	13.3	12.6	94.3
<b>Total</b>	<b>7,694.5</b>	<b>7,425.8</b>	<b>7,537.8</b>	<b>7,493.5</b>	<b>55,192.8</b>

Table 8

**Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region  
(Historical Estimates)**

	August 2000 Août	July 2000 Juillet	June 2000 Juin	May 2000 Mai	April 2000 Avril	March 2000 Mars	February 2000 Février
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Regions</b>							
Newfoundland	116.5	107.9	108.9	103.4	99.8	92.4	77.8
Prince Edward Island	38.7	36.7	32.6	28.8	26.4	24.1	21.2
Nova Scotia	216.2	209.1	212.9	198.2	193.0	185.8	160.5
New Brunswick	171.2	157.1	161.8	159.5	147.2	141.4	120.6
Quebec	1,665.5	1,666.9	1,717.8	1,701.2	1,541.3	1,425.1	1,199.7
Ontario	3,095.1	2,979.2	3,026.1	3,051.7	2,702.5	2,634.0	2,303.4
Manitoba	237.1	224.0	229.7	228.3	213.7	209.5	177.2
Saskatchewan	217.6	202.5	214.2	211.9	194.3	187.3	167.6
Alberta	871.4	815.9	817.7	807.6	768.1	747.7	645.1
British Columbia	1,032.1	994.1	984.1	971.5	920.8	905.8	793.3
Yukon	7.6	7.6	7.1	6.5	5.8	6.2	4.8
Nunavut	13.0	12.1	11.7	12.3	12.5	12.5	10.5
Northwest Territories	12.2	12.7	13.3	12.6	11.6	12.0	10.3
<b>Total</b>	<b>7,694.5</b>	<b>7,425.8</b>	<b>7,537.8</b>	<b>7,493.5</b>	<b>6,836.9</b>	<b>6,583.8</b>	<b>5,692.0</b>

Tableau 7

**Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)**

Change from previous year  
Variation par rapport à l'année précédente

August 2000 Août	July 2000 Juillet	June 2000 Juin	May 2000 Mai	Year-to-date 2000 Cumulatif	
Per cent – Pourcentage					
					Régions
8.8	4.1	8.5	1.4	5.4	Terre-Neuve
6.3	2.2	5.8	2.5	6.2	Île-du-Prince-Édouard
0.1	2.7	7.8	-0.4	3.8	Nouvelle-Écosse
5.2	1.6	8.1	5.8	6.1	Nouveau-Brunswick
5.4	3.4	9.0	1.4	4.9	Québec
5.1	3.7	5.7	5.6	5.6	Ontario
4.3	1.9	5.8	4.8	4.2	Manitoba
4.4	0.1	5.3	6.2	4.1	Saskatchewan
6.4	4.6	6.5	6.1	6.4	Alberta
5.5	2.3	5.5	3.8	4.0	Colombie-Britannique
-	1.3	1.4	12.1	8.2	Yukon
6.6	1.7	2.6	0.8	5.2	Nunavut
5.2	5.8	3.1	6.8	4.2	Territoires du Nord Ouest
5.2	3.3	6.6	4.2	5.2	<b>Total</b>

Tableau 8

**Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)**

January 2000 Janvier	December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	October 1999 Octobre	September 1999 Septembre	August 1999 Août	Year 2000 Année	
Millions of dollars – Millions de dollars							
							Régions
78.3	182.8	147.7	119.9	110.3	107.1	785.0	Terre-Neuve
20.1	48.5	33.6	29.8	31.0	36.4	228.6	Île-du-Prince-Édouard
154.9	360.3	261.2	221.3	206.1	215.9	1,530.6	Nouvelle-Écosse
121.1	267.6	198.6	171.0	158.4	162.8	1,179.9	Nouveau-Brunswick
1,304.0	2,305.6	1,665.7	1,668.5	1,569.3	1,580.8	12,221.5	Québec
2,393.7	4,712.8	3,283.3	3,064.5	2,956.4	2,944.4	22,185.7	Ontario
177.9	374.1	250.8	235.9	222.1	227.4	1,697.4	Manitoba
173.7	332.9	232.5	220.1	200.6	208.4	1,569.1	Saskatchewan
659.5	1,317.2	888.1	820.9	800.8	819.1	6,133.0	Alberta
820.2	1,569.5	1,037.5	990.4	994.7	978.7	7,421.9	Colombie-Britannique
4.8	9.3	6.4	6.1	6.7	7.6	50.4	Yukon
10.5	14.1	11.6	12.0	11.7	12.2	95.1	Nunavut
9.6	16.8	12.0	12.5	12.0	11.6	94.3	Territoires du Nord Ouest
5,928.5	11,511.5	8,029.1	7,572.8	7,280.0	7,312.5	55,192.8	<b>Total</b>

Table 9

## Retail Sales, Canada, Current and Constant (1992) Dollar Estimates

	Price Index  Indice des prix	Current Dollars  Dollars courants	Unadjusted Non désaisonnalisé		Constant 1992 dollars Dollars constants 1992	Year to year per cent change Variation en pourcentage pour l'année
			Year to year per cent change Variation en pourcentage pour l'année			
		Millions \$	%		Millions \$	%
<b>1998</b>						
January	107.6	17,223.5	4.8		16,010.9	3.9
February	107.7	16,271.3	4.2		15,108.5	4.0
March	108.7	18,738.1	6.1		17,240.8	5.6
April	108.6	20,804.2	5.1		19,156.7	5.1
May	108.9	22,336.2	2.9		20,512.7	2.5
June	108.8	21,643.7	4.8		19,884.0	4.1
July	107.8	21,696.9	4.7		20,129.8	4.4
August	107.3	20,608.3	1.9		19,207.8	2.0
September	107.6	20,660.5	5.0		19,193.2	4.7
October	107.6	21,078.5	2.1		19,596.3	2.3
November	107.7	20,716.2	2.6		19,243.8	2.4
December	106.1	24,863.5	1.4		23,430.1	1.7
<b>Year</b>	<b>107.9</b>	<b>246,641.0</b>	<b>3.8</b>		<b>228,714.6</b>	<b>3.6</b>
<b>1999</b>						
January	107.9	17,724.5	2.9		16,422.5	2.6
February	108.2	16,936.5	4.1		15,658.8	3.6
March	110.0	20,169.7	7.6		18,335.5	6.3
April	110.4	21,552.2	3.6		19,522.8	1.9
May	110.4	22,659.2	1.4		20,530.3	0.1
June	110.4	22,892.8	5.8		20,728.0	4.2
July	109.9	23,002.3	6.0		20,933.3	4.0
August	110.0	22,168.4	7.6		20,150.1	4.9
September	110.6	22,261.4	7.7		20,125.9	4.9
October	110.2	21,963.3	4.2		19,933.4	1.7
November	110.1	22,208.9	7.2		20,162.6	4.8
December	108.8	27,151.3	9.2		24,949.9	6.5
<b>Year</b>	<b>109.7</b>	<b>260,690.7</b>	<b>5.6</b>		<b>237,453.1</b>	<b>3.8</b>
<b>2000</b>						
January	110.1	18,598.5	4.9		16,896.6	2.9
February	110.7	18,463.9	9.0		16,677.7	6.5
March	112.4	22,075.5	9.4		19,632.4	7.1
April	111.4	22,081.1	2.5		19,829.6	1.6
May	111.8	24,557.0	8.4		21,965.4	7.0
June	112.3	24,780.8	8.2		22,057.3	6.4
July	111.6	23,821.2	3.6		21,351.6	2.0
August	111.4	24,254.3	9.4		21,771.3	8.0
September						
October						
November						
December						
<b>Year</b>						

1. Seasonally adjusted constant (1992) dollar estimates are derived by deflating, with an implicit price index, the seasonally adjusted current dollar estimate.



Tableau 9

## Commerce de détail, Canada, estimations en dollars courants et constants (1992)

Price Index Indice des prix	Current Dollars Dollars courants	Seasonally adjusted Désaisonnalisé		Constant 1992 dollars <sup>1</sup> Dollars constants 1992 <sup>1</sup>	Month to month per cent change Variation en pourcentage pour le mois	
		Month to month per cent change Variation en pourcentage pour le mois				
	Millions \$	%	Millions \$	%		
107.7	20,053.5	-3.8	18,617.3	-3.1		<b>1998</b>
107.5	20,348.0	1.5	18,926.9	1.7		Janvier
107.5	20,338.8	0.0	18,923.0	0.0		Février
						Mars
107.5	20,727.2	1.9	19,274.8	1.9		Avril
107.9	20,690.3	-0.2	19,170.9	-0.5		Mai
108.0	20,455.0	-1.1	18,931.5	-1.2		Juin
107.8	20,625.3	0.8	19,138.1	1.1		Juillet
107.7	20,560.3	-0.3	19,086.2	-0.3		Août
108.0	20,744.9	0.9	19,202.0	0.6		Septembre
107.9	20,578.6	-0.8	19,068.4	-0.7		Octobre
108.1	20,827.8	1.2	19,269.9	1.1		Novembre
107.9	20,691.3	-0.7	19,174.7	-0.5		Décembre
<b>107.8</b>	<b>246,641.0</b>	<b>...</b>	<b>228,783.7</b>	<b>...</b>		<b>Année</b>
108.2	21,100.2	2.0	19,507.9	1.7		<b>1999</b>
108.1	21,231.3	0.6	19,644.7	0.7		Janvier
108.7	21,397.1	0.8	19,690.2	0.2		Février
						Mars
109.3	21,353.8	-0.2	19,536.4	-0.8		Avril
109.4	21,349.1	0.0	19,507.8	-0.1		Mai
109.5	21,538.6	0.9	19,662.6	0.8		Juin
109.9	21,871.9	1.5	19,906.4	1.2		Juillet
110.4	22,157.5	1.3	20,065.2	0.8		Août
110.9	22,207.3	0.2	20,022.4	-0.2		Septembre
110.6	21,911.9	-1.3	19,818.4	-1.0		Octobre
110.6	22,053.9	0.6	19,944.3	0.6		Novembre
111.0	22,518.2	2.1	20,283.4	1.7		Décembre
<b>109.7</b>	<b>260,690.7</b>	<b>...</b>	<b>237,589.7</b>	<b>...</b>		<b>Année</b>
110.0	22,544.9	0.1	20,503.0	1.1		<b>2000</b>
110.3	22,358.9	-0.8	20,275.5	-1.1		Janvier
111.2	22,839.6	2.2	20,541.9	1.3		Février
						Mars
110.5	22,622.4	-1.0	20,476.8	-0.3		Avril
111.0	22,787.9	0.7	20,529.3	0.3		Mai
111.5	23,045.0	1.1	20,669.1	0.7		Juin
111.5	23,411.2	1.6	21,002.7	1.6		Juillet
111.6	23,427.7	0.1	20,997.5	0.0		Août
						Septembre
						Octobre
						Novembre
						Décembre
						<b>Année</b>

1. La désaisonnalisation des estimations en dollars constants (1992) s'obtient en dégonflant avec un indice implicite, les données désaisonnalisées en dollars courants.



## APPENDIX I

### Definitions

**Retail Trade**, for the purpose of this publication, is defined as "the aggregate sales made through retail locations (outlets)".

A **retail location**, as defined by Statistics Canada, is a "business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public, for household or personal consumption". Retail trade estimates do **not** include any form of direct selling which bypasses the retail store, e.g., direct door-to-door selling; sales made through automatic vending machines; sales of newspapers or magazines sold directly by printers or publishers; and sales made by book and record clubs. The only exception is the mail-order and catalogue sales activities of department store businesses which have been classified to the "general merchandise store" category. In addition, retail trade excludes retail sales through ancillary units, (e.g., warehouses, head offices, etc.), sales of contractors whose major activity is not retailing; and retail transactions between individuals.

**Total net sales** include sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, food serving and other service activities, **less** returns, adjustments and discounts. Total net sales also include trade-in allowances, commissions earned from sales of goods owned by others (including commissions received for lottery ticket sales) and proprietor's withdrawals of goods for personal use (at retail). Non-operating revenues, bad debts recovered and sales taxes (provincial sales taxes, the Goods and Services Tax (GST) and the Harmonized Sales Tax (HST)) collected for remittance to a government agency are excluded. Prior to January 1991, sales data included the Federal Sales Tax (FST). Due to this change in indirect taxes, data prior to 1991 are not strictly comparable with those of subsequent years. For users interested in deriving comparable data, an estimate of the amount of FST included in retail sales for 1990 is available for Canada from the Retail Trade Section. The reliability of this estimate does not permit adjustments at the provincial level.

**Department store type merchandise (DSTM)** is defined as total retail trade minus the following trade groups: super-markets and grocery stores; all other food stores; recreational and motor vehicle dealers; gasoline service stations; automotive parts, accessories and services; and all other retail stores (includes liquor, wine and beer stores and retail stores, n.e.c.).

## ANNEXE I

### Définitions

**Commerce de détail** signifie, pour les besoins de la présente publication, « l'ensemble des ventes effectuées par des points de vente au détail ».

Un **point de vente au détail**, suivant la définition de Statistique Canada, est un « local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et de services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle ». Les estimations relatives au commerce de détail **ne prennent pas** en compte les ventes directes, c'est-à-dire les ventes qui ne sont pas effectuées par l'intermédiaire d'un point de vente au détail, par exemple les ventes directes par démarchage, les ventes par distributeur automatique, les ventes de journaux ou de revues effectuées directement par les imprimeurs et les éditeurs, et les ventes effectuées par les clubs de livres et les clubs de disques. Il n'y a qu'une exception: les ventes des grands magasins effectuées par la poste ou par catalogue, qui sont classées dans la catégorie des « magasins de marchandises diverses ». En outre, le commerce de détail ne comprend pas les ventes au détail des unités auxiliaires (par exemple, entrepôts, sièges sociaux, etc.), ni les ventes des entrepreneurs dont l'activité principale ne relève pas du commerce de détail, ni les opérations de vente au détail entre particuliers.

**Les ventes nettes totales** comprennent les ventes de marchandises neuves et d'occasion et les recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres activités de services, **moins** la valeur des rendus (marchandises retournées), les ajustements et les rabais. Les ventes totales nettes comprennent également la valeur des reprises, les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui (y compris les commissions touchées pour la vente de billets de loterie) et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel. On ne prend pas en compte les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente (les taxes de vente provinciale, la taxe sur les produits et les services (TPS) et la taxe de vente harmonisée (TVH)) perçues pour le compte d'un organisme public. Les données sur les ventes antérieures à janvier 1991 incluent la taxe de vente fédérale (TVF). Dû à ce changement dans les taxes indirectes, les données avant 1991 ne sont pas tout à fait comparables avec celles des années subséquentes. Pour les utilisateurs intéressés à calculer des données comparables, une estimation du montant de la TVF inclus dans les ventes au détail pour 1990 est disponible pour le Canada auprès de la Section du commerce de détail. Cette estimation n'est pas suffisamment fiable pour permettre des ajustements au niveau provincial.

**Les marchandises du genre de celles vendues dans les grands magasins (MGGM)** correspondent au total du commerce de détail moins les groupes de commerce suivants: les supermarchés d'alimentation et les épiceries; tous les autres magasins d'alimentation; les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs; les stations-service; les magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services; et les autres magasins de vente au détail (comprend les magasins de spiritueux, de vin et de bière et les magasins de vente au détail, n.c.a.).

## APPENDIX II

## Trade Group Coverage

<b>010</b>	<b>Supermarkets and Grocery Stores</b>
6011	Supermarkets
6012	Grocery stores(except supermarkets)
<b>020</b>	<b>All Other Food Stores</b>
6013	Bakery products stores
6014	Candy and nut stores
6015	Fruit and vegetable stores
6016	Meat markets
6019	Other specialty food stores, n.e.c.
<b>030</b>	<b>Drugs and Patent Medicine Stores</b>
6031	Pharmacies
6032	Patent medicine and toiletries stores
<b>040</b>	<b>Shoe Stores</b>
6111	Shoe stores
<b>050</b>	<b>Men's Clothing Stores</b>
6121	Men's clothing stores
<b>060</b>	<b>Women's Clothing Stores</b>
6131	Women's clothing stores
<b>070</b>	<b>Other Clothing Stores</b>
6141	Children's clothing stores
6142	Fur goods stores
6149	Other clothing stores, n.e.c.
6151	Fabric and yarn stores
<b>080</b>	<b>Household Furniture and Appliance Stores</b>
6211	Household furniture stores (with appliances and furnishings)
6212	Household furniture stores (without appliances and furnishings)
6213	Furniture refinishing and repair shops
6221	Appliance, television, radio and stereo stores
6222	Television, radio and stereo stores
6223	Appliance, television, radio and stereo repair shops
<b>090</b>	<b>Household Furnishings Stores</b>
6231	Floor covering stores
6232	Drapery stores
6239	Other household furnishings stores

## ANNEXE II

## Couverture des groupes de commerce

<b>010</b>	<b>Supermarchés d'alimentation et épiceries</b>
6011	Supermarchés d'alimentation
6012	Épiceries (sauf les supermarchés)
<b>020</b>	<b>Tous les autres magasins d'alimentation</b>
6013	Boulangeries-pâtisseries
6014	Confiseries et magasins de noix
6015	Magasins de fruits et légumes
6016	Marchés de viande
6019	Autres magasins d'alimentation spécialisés, n.c.a.
<b>030</b>	<b>Pharmacies et magasins de médicaments brevetés</b>
6031	Pharmacies
6032	Magasins de médicaments brevetés et de produits de toilette
<b>040</b>	<b>Magasins de chaussures</b>
6111	Magasins de chaussures
<b>050</b>	<b>Magasins de vêtements pour hommes</b>
6121	Magasins de vêtements pour hommes
<b>060</b>	<b>Magasins de vêtements pour dames</b>
6131	Magasins de vêtements pour dames
<b>070</b>	<b>Autres magasins de vêtements</b>
6141	Magasins de vêtements pour enfants
6142	Magasins de fourrures
6149	Autres magasins de vêtements, n.c.a.
6151	Magasins de tissus et de filés
<b>080</b>	<b>Magasins de meubles et d'appareils ménagers</b>
6211	Magasins de meubles de maison (avec appareils ménagers et accessoires d'ameublement)
6212	Magasins de meubles de maison (sans appareils ménagers ni accessoires d'ameublement)
6213	Ateliers de réparation de meubles
6221	Magasins d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
6222	Magasins de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
6223	Ateliers de réparation d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
<b>090</b>	<b>Magasins d'accessoires d'ameublement</b>
6231	Magasins de revêtements de sol
6232	Magasins de tentures
6239	Autres magasins d'accessoires d'ameublement



<b>100 Motor and Recreational Vehicle Dealers</b>	<b>100 Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs</b>
6311 Automobile (new) dealers	6311 Concessionnaires d'automobiles neuves
6312 Automobile (used) dealers	6312 Concessionnaires d'automobiles d'occasion
6321 Motor home and travel trailer dealers	6321 Marchands de roulottes motorisées et de roulottes de voyage
6322 Boats, outboard motors and boating accessories dealers	6322 Marchands de bateaux, de moteurs hors-bord et d'accessoires pour bateaux
6323 Motorcycle and snowmobile dealers	6323 Marchands de motocyclettes et de motoneiges
6329 Other recreational vehicle dealers	6329 Autres marchands de véhicules de loisir
<b>110 Gasoline Service Stations</b>	<b>110 Stations-service</b>
6331 Gasoline service stations	6331 Stations-service
<b>120 Automotive Parts, Accessories and Services</b>	<b>120 Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services</b>
6341 Home and auto supply stores	6341 Magasins de fournitures pour la maison et pour l'automobile
6342 Tire, battery, parts and accessories stores	6342 Magasins de pneus, d'accumulateurs, de pièces et d'accessoires
6351 Garages (general repairs)	6351 Garages (réparations générales)
6352 Paint and body repair shops	6352 Ateliers de peinture et de carrosserie
6353 Muffler replacement shops	6353 Ateliers de remplacement de silencieux
6354 Motor vehicle glass replacement shops	6354 Ateliers de remplacement de glaces pour véhicules automobiles
6355 Motor vehicle transmission repair and replacement shops	6355 Ateliers de réparation et de remplacement de boîtes de vitesse de véhicules automobiles
6359 Other motor vehicle repair shops	6359 Autres ateliers de réparation de véhicules automobiles
6391 Car washes	6391 Lave-autos
6399 Other motor vehicle services, n.e.c.	6399 Autres services pour véhicules automobiles, n.c.a.
<b>130 General Merchandise Stores</b>	<b>130 Magasins de marchandises diverses</b>
6411 Department stores	6411 Magasins à rayons
6412 General stores	6412 Magasins généraux
6413 Other general merchandise stores (variety and general merchandise stores)	6413 Autres magasins de marchandises diverses (bazars et magasins de marchandises diverses)
<b>140 Other Semi-Durable Goods Stores</b>	<b>140 Autres magasins de produits semi-durables</b>
6511 Book and stationery stores	6511 Librairies et papeteries
6521 Florist shops	6521 Fleuristes
6522 Lawn and garden centres	6522 Centres de jardinage
6531 Hardware stores	6531 Quincailleries
6532 Paint, glass and wallpaper stores	6532 Magasins de peinture, de vitre et de papier peint
6581 Toy and hobby stores	6581 Magasins de jouets et d'articles de loisir
6582 Gift, novelty and souvenir stores	6582 Magasins de cadeaux, d'articles de fantaisie et de souvenirs
<b>150 Other Durable Goods Stores</b>	<b>150 Autres magasins de produits durables</b>
6541 Sporting goods stores	6541 Magasins d'articles de sport
6542 Bicycle shops	6542 Magasins de bicyclettes
6551 Musical instrument stores	6551 Magasins d'instruments de musique
6552 Record and tape stores	6552 Magasins de disques et de bandes magnétiques
6561 Jewellery stores	6561 Bijouteries
6562 Watch and jewellery repair shops	6562 Ateliers de réparation de montres et de bijoux
6571 Camera and photographic supply stores	6571 Magasins d'appareils et de fournitures photographiques



**160 Other Retail Stores**

6021	Liquor stores
6022	Wine stores
6023	Beer stores
6591	Second-hand merchandise stores, n.e.c.
6592	Opticians' shops
6593	Art galleries and artists' supply stores
6594	Luggage and leather goods stores
6595	Monument and tombstone dealers
6596	Pet stores
6597	Coin and stamp dealers
6598	Mobile home dealers
6599	Other retail stores, n.e.c.

**160 Autres magasins de vente au détail**

6021	Magasins de spiritueux
6022	Magasins de vin
6023	Magasins de bière
6591	Magasins de marchandises d'occasion, n.c.a.
6592	Opticiens
6593	Galeries d'art et magasins de fournitures pour artistes
6594	Magasins de bagages et de maroquinerie
6595	Magasins de monuments funéraires et de pierres tombales
6596	Magasins d'animaux de maison
6597	Marchands de pièces de monnaie et de timbres
6598	Marchands de maisons mobiles
6599	Autres magasins de vente au détail, n.c.a.



# ORDER FORM

Statistics Canada

## TO ORDER:



MAIL

Statistics Canada  
Dissemination Division  
Circulation Management  
120 Parkdale Avenue  
Ottawa, Ontario  
K1A 0T6 Canada



PHONE

1 800 267-6677  
(613) 951-7277



FAX

1 877 287-4369  
(613) 951-1584



E-MAIL: [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca)



1 800 363-7629

Telecommunication Device  
for the Hearing Impaired

(Please print)

Company

Department

Attention

Title

Address

City

Province

( )

( )

Postal Code

Phone

Fax

E-mail Address:

Your personal information is protected by the *Privacy Act*. \*\*

## METHOD OF PAYMENT:

(Check only one)



Please charge my:



VISA



MasterCard

Card Number

Expiry Date

Cardholder (please print)

Signature



Payment enclosed \$

(payable to the Receiver General for Canada)



Purchase  
Order Number  
(please enclose)

Authorized Signature

Catalogue Number	Title	Date of issue(s) or indicate an "S" for subscription(s)	Price (All prices exclude sales tax)	*Shipping Charges (Applicable to shipments sent outside Canada)	Quantity	Total \$
▶ *Shipping charges: No shipping charges for delivery in Canada. For shipments to the United States, please add \$6 per issue or item ordered. For shipments to other countries, please add \$10 per issue or item ordered. Annual frequency = 1. Quarterly frequency = 4. Monthly frequency = 12.				SUBTOTAL		
▶ Canadian clients add either 7% GST and applicable PST or HST (GST Registration No. R121491807).				GST (7%)		
▶ Clients outside Canada pay in Canadian dollars drawn on a Canadian bank or pay in equivalent US dollars, converted at the prevailing daily exchange rate, drawn on a US bank.				Applicable PST		
▶ Statistics Canada is FIS-ready. Federal government departments and agencies must include with all orders their IS Organization Code _____ and IS Reference Code _____.				Applicable HST (N.S., N.B., Nfld.)		
▶ ** Statistics Canada will only use your information to complete this sales transaction, deliver your product(s), and administer your account. From time to time, we may also offer you other Statistics Canada products and services and conduct market research. If you do not wish to be contacted again for promotional purposes <input type="checkbox"/> and/or market research, <input type="checkbox"/> check as appropriate and fax or mail this page to us, call 1 800 700-1033 or e-mail <a href="mailto:order@statcan.ca">order@statcan.ca</a> .				GRAND TOTAL		
						PF099000

## THANK YOU FOR YOUR ORDER!



Statistics Canada  
Statistique Canada

[www.statcan.ca](http://www.statcan.ca)

Canada





# Do You Suffer from Information Overload?

The amount of information available to people whose jobs depend on educated decision-making has exploded. The truth is that making decisions with too much information can be even harder than making them with too little!

## We Have a Cure!

Every Friday, Statistics Canada releases **Infomat**, our highly informative weekly review that sums up our major socio-economic reports, surveys and product releases. In only 10 pages, **Infomat** presents key information in short articles with easy-to-read charts and tables about:

- trade
- manufacturing
- transportation
- retailing and wholesaling
- consumer prices
- employment
- GDP
- finance
- travel and tourism
- and much more

## Invest just 10 minutes a week with Infomat

When you get information from **Infomat**, it hasn't been manipulated or massaged. It gives you the straight facts—sometimes surprising, always precise and up-to-date! In about 10 minutes, you can gain a precise understanding of the latest social and economic developments in Canada.

**Infomat** is available every week on the Statistics Canada Web site (Catalogue No. 11-002-XIE) and in paper (Catalogue No. 11-002-XPE). Download it yourself every Friday, or have us send it to you—the choice is yours!

**Unzip Infomat on line!** The Internet version is available for \$109 per year (plus taxes, where applicable) at [www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/subscribe.cgi?catno=11-002-XIE](http://www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/subscribe.cgi?catno=11-002-XIE)



Save 20% on a 2-year subscription or 30% on a 3-year subscription

There are 5 easy ways to order the print version of **Infomat** (\$145 per year). In Canada, please add either GST and applicable PST or HST. Shipping charges: No shipping charges for delivery in Canada. For shipments to the United States, please add \$300. For shipments to other countries, please add \$500.

**CALL:** 1 800 267-6677 or (613) 951-7277  
**FAX:** 1 877 287-4369 or (613) 951-1584  
**MAIL:** Statistics Canada, Dissemination Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6, Canada  
**E-MAIL:** [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca)  
**CONTACT:** your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre at 1 800 263-1136

Federal Government Departments and Agencies must include their IS Organization Code and IS Reference Code with all orders.

**Bypass information overload with Infomat !**  
 Subscribe today.  
 Visit our Web site: [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca)



729M/ISC00010

# Vous souffrez d'infobésité?

Aujourd'hui, la quantité d'information offerte aux personnes qui doivent prendre des décisions éclairées dans leur travail est tout simplement phénoménale. Une surabondance d'information peut rendre la prise de décisions encore plus difficile qu'une carence en information!

## Nous avons l'antidote!

Le vendredi, Statistique Canada publie **Infomat**, notre bulletin hebdomadaire hautement informatif où sont résumés nos

principaux rapports, enquêtes et produits de données socioéconomiques. En 10 pages seulement, **Infomat** présente de l'information clé dans de courts articles comportant des graphiques et des tableaux faciles à consulter sur :

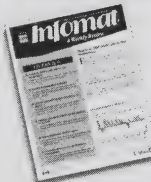
- le commerce
- le commerce de gros et de détail
- les prix à la consommation
- le PIB
- les voyages et le tourisme
- la fabrication
- le transport
- l'emploi
- la finance
- et plus encore

## Investissez 10 minutes de votre temps par semaine avec Infomat

L'information que vous procure **Infomat** n'est pas remaniée ou maquillée. On vous donne les faits tels quels, parfois étonnants, mais toujours précis et à jour! En une dizaine de minutes seulement, vous serez en mesure de bien comprendre les changements sociaux et économiques du Canada.

**Infomat** est accessible chaque semaine sur le site Web de Statistique Canada (n° 11-002-XIF au catalogue) et en version imprimée (n° 11-002-XPPE au catalogue). Téléchargez-le vous-même chaque vendredi ou demandez-nous de vous l'expédier. À vous de choisir!

**Infomat en direct!** Procurez-vous la version Internet pour 109 \$ par année (plus taxes, s'il y a lieu) à [www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/subscribe.cgi?catno=11-002-XIF](http://www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/subscribe.cgi?catno=11-002-XIF)



Voici cinq moyens faciles de commander la version imprimée d'**Infomat** (145 \$ par année). Au Canada, veuillez ajouter soit la TPS et la TVP en vigueur, soit la TVH. Frais de port : Aucuns frais pour les envois au Canada. Pour les envois à destination des États-Unis, veuillez ajouter 300 \$. Pour les envois à destination des autres pays, veuillez ajouter 500 \$.

**TÉLÉPHONE :** 1 800 267-6677 ou (613) 951-7277  
**TÉLÉCOPIER :** 1 877 287-4369 ou (613) 951-1584  
**COURRIER :** Statistique Canada, Division de la diffusion, Gestion de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario), K1A 0T6, Canada  
**COURRIEL :** [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca)  
**COMMUNIQUER :** avec le centre de consultation de Statistique Canada situé dans votre région au 1 800 263-1136

Les ministères et organismes fédéraux doivent fournir leur code d'organisme RI et leur code de référence RI avec chaque commande.

**Remédiez à l'infobésité avec Infomat !**  
 Abonnez-vous dès aujourd'hui.  
 Visitez notre site Web : [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca)

# Treat data like dollars!

# Les données, c'est de l'argent!

## Invest in *Canadian Economic Observer* and get immediate returns and long-term benefits!

Accurate data and insightful analysis are the hallmarks of sound decisions and successful business practices. They are also hallmarks of *Canadian Economic Observer (CEO)*.

### Value for Money — Every Month

Each month you will receive *CEO*'s two-part briefing package on the economy.

**Part One** is in an easy-to-read magazine format filled with data and analysis, supported by tables and charts. Every issue contains:

- ▶ a summary table of current economic conditions
- ▶ concise sector-by-sector analysis of economic indicators
- ▶ developments in provincial as well as international economies
- ▶ highlights of economic events at home and abroad
- ▶ one or more feature articles spotlighting major issues or industry sectors

**Part Two** is a separate companion volume — *The Statistical Summary*:

- ▶ hard numbers in tabular form on markets, prices, industrial sectors, trade competitiveness and much more
- ▶ more than 1,100 economic indicators
- ▶ monthly data for the calendar year in review
- ▶ user-friendly tables and graphs

### Satisfaction Guaranteed!

- ▶ As a subscriber, you'll be connected to Statistics Canada's economic analysts — answers to your questions related to either data or feature articles contained in *CEO* are just a phone call away.
- ▶ Discounts for multi-year subscribers — and as a bonus for subscribing, we'll give you a copy of *CEO*'s annual *Historical Statistical Summary*.
- ▶ Subscribing to *CEO* is a risk-free investment! At any time and for any reason, you may cancel your subscription and receive a refund on all undelivered copies...no questions asked.

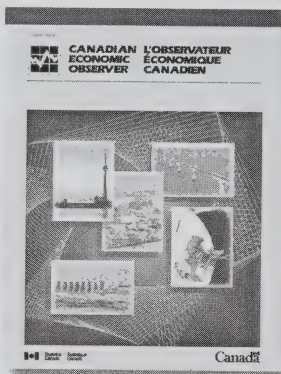
### Start your subscription today!

Prove to yourself that an investment in data will pay off handsomely.

Subscribe to the *Canadian Economic Observer* (Catalogue No. 11-010-XPB) TODAY for only \$227. In Canada, please add either GST and applicable PST or HST. Shipping charges: No shipping charges for delivery in Canada. For shipments to the United States, please add \$72. For shipments to other countries, please add \$120. **CALL TOLL-FREE** 1 800 267-6677 or **FAX** 1 877 287-4369. You can also **MAIL** your order to: Statistics Canada, Circulation Management, Dissemination Division, 120 Parkdale Ave., Ottawa, Ontario, K1A 0T6, Canada or contact your local Statistics Canada Regional Reference Centre listed within this publication.

Visit our *CEO* Web page for further details:

<http://www.statcan.ca/english/ads/11-010-XPB/index.htm>



## Investissez dans *L'Observateur économique canadien* et profitez de retombées immédiates et d'avantages à long terme!

Des données exactes et des analyses perspicaces font la force de bonnes décisions et de pratiques d'entreprise fructueuses. Elles font aussi la force de *L'Observateur économique canadien (L'OÉC)*.

### De l'argent bien placé — tous les mois

Chaque mois, vous recevrez la trousse d'information à deux volets sur l'économie de *L'OÉC*.

La **première partie** est un magazine facile à lire, rempli de données et d'analyses appuyées de tableaux et graphiques. Chaque numéro renferme :

- ▶ un tableau sommaire de la conjoncture économique
- ▶ une analyse concise par secteur des indicateurs économiques

- ▶ les développements intervenus dans les économies provinciales et internationales
- ▶ les faits saillants d'événements économiques observés au pays et à l'étranger
- ▶ au moins un article vedette sur de grandes questions ou des secteurs de l'industrie

La **deuxième partie** est une publication d'accompagnement distincte intitulée *Aperçu statistique* :

- ▶ des chiffres sous forme de tableaux sur les marchés, les prix, les secteurs industriels, la compétitivité dans le monde des affaires et bien plus encore
- ▶ plus de 1 100 indicateurs économiques
- ▶ des données mensuelles pour l'année civile à l'étude
- ▶ des tableaux et graphiques faciles à utiliser

### Satisfaction garantie!

- ▶ En tant qu'abonné, vous serez en contact avec les analystes économiques de Statistique Canada. Pour obtenir des réponses à n'importe quelle de vos questions sur les données ou les articles vedettes de *L'OÉC*, vous n'avez qu'à nous appeler.
- ▶ Des réductions sont offertes sur les abonnements pluriannuels et, comme prime à l'abonnement, vous recevrez gratuitement un exemplaire de l'annuel *Supplément statistique historique* de *L'OÉC*.
- ▶ S'abonner à *L'OÉC* est un placement sans risque! En tout temps et pour quelle que raison que ce soit, vous pouvez annuler votre abonnement et vous faire rembourser pour tous les numéros qui ne vous ont pas été livrés... sans question.

### Commencez votre abonnement dès aujourd'hui!

Vous verrez qu'un investissement dans les données, ça rapporte gros.

Abonnez-vous à *L'Observateur économique canadien* (n° 11-010-XPB au catalogue) AUJOURD'HUI pour seulement 227 \$. Au Canada, veuillez ajouter soit la TPS et la TVP en vigueur, soit la TVH. Frais de port : Aucuns frais pour les envois au Canada. Pour les envois à destination des États-Unis, veuillez ajouter 72 \$. Pour les envois à destination des autres pays, veuillez ajouter 120 \$. **APPELEZ SANS FRAIS** au 1 800 267-6677. Vous pouvez également **TÉLÉCOPIER** votre commande au 1 877 287-4369 ou la **POSTER** à Statistique Canada, Gestion de la circulation, Division de la diffusion, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario), K1A 0T6, Canada. Vous pouvez également communiquer avec le Centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près figurant dans la présente publication.

Visitez notre page Web de *L'OÉC* pour plus de renseignements :

[http://www.statcan.ca/francais/ads/11-010-XPB/index\\_f.htm](http://www.statcan.ca/francais/ads/11-010-XPB/index_f.htm)





Catalogue no. 63-005-XPB

# Retail Trade

September 2000

N° 63-005-XPB au catalogue

# Commerce de détail

Septembre 2000

Government  
Publications



Statistics  
Canada

Statistique  
Canada

Canada

## How to obtain more information

Specific inquiries about this product and related statistics or services should be directed to: Marketing and Client Services Section, Distributive Trades Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (telephone: (613) 951-3549) or toll free at 1 877 421-3067).

For information on the wide range of data available from Statistics Canada, you can contact us by calling one of our toll-free numbers. You can also contact us by e-mail or by visiting our Web site.

<b>National inquiries line</b>	1 800 263-1136
<b>National telecommunications device for the hearing impaired</b>	1 800 363-7629
<b>Depository Services Program inquiries</b>	1 800 700-1033
<b>Fax line for Depository Services Program</b>	1 800 889-9734
<b>E-mail inquiries</b>	infostats@statcan.ca
<b>Web site</b>	www.statcan.ca

## Ordering and subscription information

This product, Catalogue no. 63-005-XPB, is published monthly as a standard printed publication at a price of CDN \$21.00 per issue and CDN \$206.00 for a one-year subscription. The following additional shipping charges apply for delivery outside Canada:

	<b>Single issue</b>	<b>Annual subscription</b>
<b>United States</b>	CDN \$ 6.00	CDN \$72.00
<b>Other countries</b>	CDN \$ 10.00	CDN \$120.00

This product is also available in electronic format on the Statistics Canada Internet site as Catalogue no. 63-005-XIB at a price of CDN \$16.00 per issue and CDN \$155.00 for a one-year subscription. To obtain single issues or to subscribe, visit our Web site at [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca), and select Products and Services.

All prices exclude sales taxes.

The printed version of this publication can be ordered by

- Phone (Canada and United States) **1 800 267-6677**
- Fax (Canada and United States) **1 877 287-4369**
- E-mail **order@statcan.ca**
- Mail Statistics Canada  
Dissemination Division  
Circulation Management  
120 Parkdale Avenue  
Ottawa, Ontario K1A 0T6
- And, in person at the Statistics Canada Reference Centre nearest you, or from authorised agents and bookstores.

When notifying us of a change in your address, please provide both old and new addresses.

## Standards of service to the public

Statistics Canada is committed to serving its clients in a prompt, reliable and courteous manner and in the official language of their choice. To this end, the Agency has developed standards of service which its employees observe in serving its clients. To obtain a copy of these service standards, please contact Statistics Canada toll free at 1 800 263-1136.

## Comment obtenir d'autres renseignements

Toute demande de renseignements au sujet du présent produit ou au sujet de statistiques ou de services connexes doit être adressée à : Section du marketing et service à la clientèle, Division de la statistique du commerce, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (téléphone : (613) 951-951-3549) ou sans frais au 1 877 421-3067).

Pour obtenir des renseignements sur l'ensemble des données de Statistique Canada qui sont disponibles, veuillez composer l'un des numéros sans frais suivants. Vous pouvez également communiquer avec nous par courriel ou visiter notre site Web.

<b>Service national de renseignements</b>	1 800 263-1136
<b>Service national d'appareils de télécommunications pour les malentendants</b>	1 800 363-7629
<b>Renseignements concernant le Programme des bibliothèques de dépôt</b>	1 800 700-1033
<b>Télécopieur pour le Programme des bibliothèques de dépôt</b>	1 800 889-9734
<b>Renseignements par courriel</b>	infostats@statcan.ca
<b>Site Web</b>	www.statcan.ca

## Renseignements sur les commandes et les abonnements

Le produit n° 63-005-XPB au catalogue est publié mensuellement en version imprimée standard et est offert au prix de 21 \$ CA l'exemplaire et de 206 \$ CA pour un abonnement annuel. Les frais de livraison supplémentaires suivants s'appliquent aux envois à l'extérieur du Canada :

	<b>Exemplaire</b>	<b>Abonnement annuel</b>
<b>États-Unis</b>	6 \$ CA	72 \$ CA
<b>Autres pays</b>	10 \$ CA	120 \$ CA

Ce produit est aussi disponible sous forme électronique dans le site Internet de Statistique Canada, sous le n° 63-005-XIB au catalogue, et est offert au prix de 16 \$ CA l'exemplaire et de 155 \$ CA pour un abonnement annuel. Les utilisateurs peuvent obtenir des exemplaires ou s'abonner en visitant notre site Web à [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca) et en choisissant la rubrique Produits et services.

Les prix ne comprennent pas les taxes de ventes.

La version imprimée peut être commandée par

- Téléphone (Canada et États-Unis) **1 800 267-6677**
- Télécopieur (Canada et États-Unis) **1 877 287-4369**
- Courriel **order@statcan.ca**
- Poste Statistique Canada  
Division de la diffusion  
Gestion de la circulation  
120, avenue Parkdale  
Ottawa (Ontario) K1A 0T6
- En personne au bureau régional de Statistique Canada le plus près de votre localité ou auprès des agents et librairies autorisés.

Lorsque vous signalez un changement d'adresse, veuillez nous fournir l'ancienne et la nouvelle adresse.

## Normes de service à la clientèle

Statistique Canada s'engage à fournir à ses clients des services rapides, fiables et courtois, et ce, dans la langue officielle de leur choix. À cet égard, notre organisme s'est doté de normes de service à la clientèle qui doivent être observées par les employés lorsqu'ils offrent des services à la clientèle. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec Statistique Canada au numéro sans frais 1 800 263-1136.



Statistics Canada  
Distributive Trades Division  
Retail Financial Section

# Retail Trade

September 2000

Statistique Canada

Division de la statistique du commerce  
Section du commerce de détails financiers

# Commerce de détail

Septembre 2000

Published by authority of the Minister  
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 2000

All rights reserved. No part of this publication  
may be reproduced, stored in a retrieval system or  
transmitted in any form or by any means, electronic,  
mechanical, photocopying, recording or otherwise  
without prior written permission from Licence  
Services, Marketing Division, Statistics Canada,  
Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

November 2000

Catalogue no. 63-005-XPB, Vol. 72, No. 9  
ISSN 0380-6146

Frequency: Monthly

Catalogue no. 63-005-XIB, Vol. 72, No. 9  
ISSN 1488-0008

Ottawa

## Note of appreciation

*Canada owes the success of its statistical system  
to a long-standing partnership between Statistics  
Canada, the citizens of Canada, its businesses,  
governments and other institutions. Accurate and  
timely statistical information could not be produced  
without their continued cooperation and goodwill.*

Publication autorisée par le ministre  
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 2000

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire  
ou de transmettre le contenu de la présente publication,  
sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit,  
enregistrement sur support magnétique, reproduction  
électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou  
de l'emmagasiner dans un système de recouvrement,  
sans l'autorisation écrite préalable des Services de  
concession des droits de licence, Division du  
marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario,  
Canada K1A 0T6.

Novembre 2000

N° 63-005-XPB au catalogue, vol. 72, n° 9  
ISSN 0380-6146

Périodicité : mensuelle

N° 63-005-XIB au catalogue, vol. 72, n° 9  
ISSN 1488-0008

Ottawa

## Note de reconnaissance

*Le succès du système statistique du Canada repose  
sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada  
et la population, les entreprises, les administrations  
canadiennes et les autres organismes. Sans cette  
collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible  
de produire des statistiques précises et actuelles.*

## Symbols

The following standard symbols are used in this Statistics Canada publication:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

## NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

## A NOTE ON CANSIM

All current and historical statistics on Retail Trade (Matrix Nos. 2299, 2397-2416 and 2418-2420), as well as many other series are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian – Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printout, or in machine readable form. For further information, contact the Cansim staff or Dissemination Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (telephone (613) 951-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- **F. Maranda**, Director, Distributive Trades Division
- **D. McDowell**, Assistant Director, Distributive Trades Division
- **B. Meyer**, Chief, Retail Financial Section, Distributive Trades Division
- **P. Gratton**, Senior Economist, Retail Financial Section, Distributive Trades Division

## Signes conventionnels

Les signes conventionnels suivants sont employés uniformément dans cette publication de Statistique Canada :

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

## NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

## NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système Canadien d'information socio-économique) fournit au public toutes les statistiques actuelles et historiques sur le Commerce de détail (matrice nos 2299, 2397-2416 et 2418-2420), et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports ordinolingués. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de CANSIM de la Division de la diffusion, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone (613) 951-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de :

- **F. Maranda**, directeur, Division de la statistique du commerce
- **D. McDowell**, directeur adjoint, Division de la statistique du commerce
- **B. Meyer**, chef, section du commerce de détails financiers, Division de la statistique du commerce
- **P. Gratton**, économiste principal, Section du commerce de détails financiers, Division de la statistique du commerce

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences - Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 - 1984.



Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'American National Standard for Information Sciences "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 1984.





## TABLE OF CONTENTS

	PAGE
Highlights	v
Charts	vii
For Further Reading	ix

## Table

1. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	2
2. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	4
3. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)	6
4. Retail Trade Sample Response Fraction and Coefficient of Variation (Current Periods)	22
5. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	24
6. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	26
7. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Current Periods)	28
8. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Historical Estimates)	28
9. Retail Sales, Current and Constant (1992) Dollar Estimates	30

## Appendix

I. Definitions	33
II. Trade Group Coverage	34

## TABLE DES MATIÈRES

	PAGE
Faits saillants	v
Graphiques	vii
Lectures suggérées	ix

## Tableau

1. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	2
2. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	4
3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)	6
4. Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation (périodes courantes)	22
5. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	24
6. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	26
7. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)	28
8. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)	28
9. Ventes au détail, estimations en dollars courants et constants (1992)	30

## Appendice

I. Définitions	33
II. Couverture des groupes de commerce	34

## Note to users

Monthly estimates (unadjusted data) for four metropolitan areas (Montreal, Toronto, Winnipeg and Vancouver) can be tabulated by trade group and are available for purchase. For information on metropolitan area estimates, contact the Marketing and Client Services Section at (613) 951-3549 or toll free at 1 877 421-3067.

Users interested in acquiring further information relating to the methodology, seasonal adjustment and data reliability of this survey may consult the February 2000 issue (containing revisions to the previous year) of this publication or contact the Marketing and Client Services Section.

## Notes aux utilisateurs

Les estimations mensuelles (non désaisonnalisées) pour les quatre régions métropolitaines (Montréal, Toronto, Winnipeg et Vancouver) par groupe de commerce sont disponibles pour achat. Pour plus de renseignements sur les régions métropolitaines, communiquez avec la Section du marketing et services à la clientèle au (613) 951-3549 ou sans frais au 1 877 421-3067.

Les utilisateurs qui sont intéressés d'obtenir plus de renseignements concernant la méthodologie, la désaisonnalisation et la fiabilité des données de cette enquête peuvent consulter le numéro de février 2000, de cette publication (incluant les révisions de l'année précédente) ou communiquer avec la Section du marketing et services à la clientèle.

## Highlights

Retailers sold \$23.5 billion worth of goods and services in September, 0.4% more than in August. In constant dollars, retail sales remained unchanged from August. Higher prices were observed for motor gasoline and clothing in September compared with August.

Retail sales have been rising for five straight months, although the gains were weaker in September and August. This follows a relatively slow start in 2000 and rapid growth throughout 1999. September's retail sales were 6.0% higher than those of September 1999.

Consumers spent more in clothing (+3.3%), furniture (+2.2%), drug (+1.6%) and automotive (+0.5%) stores in September. The only significant sales reduction occurred in general merchandise stores (-1.1%), a second consecutive monthly decline in that sector.

Retailers in Alberta (+1.1%) and Ontario (+0.6%) reported the strongest sales increases in September, while those in Newfoundland (-0.7%), Saskatchewan (-0.6%) and Manitoba (-0.4%) saw lower consumer spending. Retailers in the remaining provinces saw little change in sales.

### Third quarter retail sales driven by auto sector

Retail sales advanced 2.9% in the third quarter compared with the second. This quarterly increase was the strongest since the third quarter of 1999. All retail sectors and provinces posted growing sales in the third quarter.

Retailers in the automotive sector led by a significant margin those of other sectors in the third quarter. Sales in the automotive sector jumped 4.5% in the third quarter, following a weaker gain (+0.6%) in the second quarter. The volatile sales in the automotive sector seen at the start of 2000 came after a period of strong increases that began in the fall of 1998.

Within the auto sector, sales were up 5.0% for motor and recreational vehicle dealers, 3.6% for gasoline service stations and 3.2% for automotive parts, accessories and services stores in the third quarter. Sales by motor and recreational vehicle dealers were propelled by a 4.6% increase in the number of new motor vehicles sold in the third quarter. The third quarter sales gain posted by gasoline service stations reflected gasoline prices that were 4.0% higher than in the second quarter.

## Faits saillants

En septembre, les ventes des détaillants en biens et services ont totalisé 23,5 milliards de dollars, en hausse de 0,4 % par rapport à août. En dollars constants, les ventes au détail n'ont pas varié par rapport à août. Des prix plus élevés ont été observés en septembre dans le cas de l'essence et des vêtements comparativement à août.

Les ventes au détail ont augmenté pour un cinquième mois d'affilée, bien que les hausses aient été plus faibles en septembre et en août. Cette période de hausses survient après un début d'année au ralenti et une période de croissance rapide observée tout au long de 1999. En septembre, les ventes au détail ont été de 6,0 % supérieures à celles enregistrées en septembre 1999.

En septembre, les consommateurs ont dépensé davantage dans les magasins de vêtements (+3,3 %), dans les magasins de meubles (+2,2 %), dans les pharmacies (+1,6 %) et dans le secteur de l'automobile (+0,5 %). On observe la seule baisse importante des ventes en septembre dans le cas des magasins de marchandises diverses (-1,1 %), pour lesquels il s'agissait d'un deuxième recul mensuel consécutif.

Les détaillants de l'Alberta (+1,1 %) et de l'Ontario (+0,6 %) ont déclaré les hausses les plus importantes des ventes en septembre, tandis que ceux de Terre-Neuve (-0,7 %), de la Saskatchewan (-0,6 %) et du Manitoba (-0,4 %) ont vu leurs ventes diminuer. Dans les autres provinces, les ventes au détail ont peu varié.

### Les ventes au détail ont été stimulées par le secteur de l'automobile au troisième trimestre

Au troisième trimestre, les ventes au détail ont progressé de 2,9 % par rapport au deuxième trimestre. Cette augmentation trimestrielle est la plus forte depuis le troisième trimestre de 1999. Tous les secteurs de la vente au détail et toutes les provinces ont affiché une hausse des ventes au cours du troisième trimestre.

Les détaillants du secteur de l'automobile ont affiché des résultats nettement meilleurs que ceux des détaillants des autres secteurs au cours du troisième trimestre. Dans le secteur de l'automobile, les ventes ont fait un bond de 4,5 % au troisième trimestre, après une progression moins importante (+0,6 %) survenue au deuxième trimestre. L'instabilité des ventes observée dans le secteur de l'automobile au début de 2000 avait été précédée d'une période de fortes progressions qui avait commencé au cours de l'automne 1998.

Dans le secteur de l'automobile, les ventes ont augmenté de 5,0 % chez les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs, de 3,6 % dans le cas des stations-service et de 3,2 % dans le cas des magasins de pièces, d'accessoires et de services pour véhicules automobiles au troisième trimestre. Les ventes des concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs ont été propulsées à la hausse par une augmentation de 4,6 % du nombre de véhicules automobiles neufs vendus au cours du troisième trimestre. La croissance des ventes affichée au troisième trimestre par les stations-service traduit la hausse de 4,0 % des prix de l'essence au cours de la même période par rapport au deuxième trimestre.

Third quarter sales in clothing stores (+2.8%) and in stores classified as "other retail" (+2.6%) advanced at a rate close to the quarterly gain for all retail. Sales in clothing stores have been advancing rapidly since the fall of 1999, after a period of weaker gains in the spring and summer of that year. Retail stores classified as other retail, which include liquor stores, sporting goods stores, hardware stores and bookstores, have seen generally rising sales since mid-1996.

Sales of furniture stores (+1.8%) and general merchandise stores (+1.6%) were also on the rise in the third quarter. Furniture stores have had weaker sales increases since the spring of 2000, after a four-year period of strong gains. Weaker sales of furniture and household appliances in recent months may have affected sales by general merchandise stores. Declines in August and September have tempered the upward movement in general merchandise store sales observed since the spring of 2000. Prior to the spring, sales in these stores had been falling since the summer of 1999, after a one-year period of advances.

Sales in drug stores (+1.4%) and food stores (+1.3%) lagged behind those of all other retail stores in the third quarter. Drug store sales have picked up in 2000, after rising slowly since the fall of 1998. Food stores have seen increasing sales since the spring of 1996.

### Quebec and Ontario led other provinces

Quebec reported a 3.6% increase in sales in the third quarter; in the second quarter, it was the only province to report a decline (-0.4%). All retail sectors in Quebec except drug stores helped to push up sales in the third quarter. However, sales were particularly strong in the automotive sector. Retail sales in Quebec started the year slowly but have gained strength in the recent months.

Retail sales in Ontario advanced 3.1% in the third quarter, adding strength to the already strong upward movement observed since the summer of 1996. Although all retail sectors posted higher sales in the third quarter, advances were strongest in the automotive and clothing sectors.

Au troisième trimestre, la progression des ventes des magasins de vêtements (+2,8 %) et des magasins appartenant à la catégorie «autres magasins de détail» (+2,6 %) a été similaire à la hausse trimestrielle enregistrée par l'ensemble du secteur de la vente au détail. Les ventes des magasins de vêtements ont augmenté rapidement depuis l'automne 1999, après une période de hausses moins prononcées au cours du printemps et de l'été de la même année. Les magasins classés dans la catégorie «autres magasins de détail», qui comprend notamment les magasins de boissons alcoolisées et d'articles de sport, ainsi que les quincailleries et les librairies, ont vu leurs ventes généralement augmenter depuis le milieu de 1996.

Les ventes des magasins de meubles (+1,8 %) et des magasins de marchandises diverses (+1,6 %) ont également augmenté au cours du troisième trimestre. Les magasins de meubles ont affiché des hausses moins importantes dans les ventes depuis le printemps 2000 par rapport aux quatre années précédentes, caractérisées par de fortes augmentations. La faiblesse des ventes de meubles et d'appareils électroménagers qui a été observée ces derniers mois pourrait également avoir touché les ventes dans le cas des magasins de marchandises diverses. Des reculs enregistrés en août et en septembre ont ralenti la tendance ascendante des ventes des magasins de marchandises diverses observée depuis le printemps 2000. Auparavant, les ventes de ces magasins diminuaient depuis l'été 1999, après une période d'augmentations qui avait duré un an.

Au troisième trimestre, les pharmacies (+1,4 %) et les magasins d'alimentation (+1,3 %) ont affiché des ventes inférieures à celles de tous les autres magasins de détail. Les ventes des pharmacies ont augmenté plus rapidement en 2000, après avoir progressé lentement depuis l'automne 1998. Quant aux magasins d'alimentation, ils ont vu leurs ventes augmenter depuis le printemps 1996.

### Le Québec et l'Ontario viennent en tête au cours du troisième trimestre

Les détaillants du Québec ont déclaré une hausse de leurs ventes de 3,6 % au troisième trimestre; au deuxième trimestre, il s'agissait de la seule province à avoir enregistré un recul (-0,4 %). L'ensemble des magasins de détail du Québec, à l'exception des pharmacies, ont contribué à faire progresser les ventes au cours du troisième trimestre. Cependant, les ventes ont été particulièrement fortes dans le secteur de l'automobile. Au Québec, les ventes au détail avaient commencé l'année au ralenti, mais elles ont pris de la vigueur au cours des derniers mois.

En Ontario, les ventes au détail se sont accrues de 3,1 % au troisième trimestre, accentuant ainsi la tendance à la hausse déjà forte observée depuis l'été 1996. Bien que tous les secteurs de la vente au détail fassent ressortir une progression de leurs ventes au troisième trimestre, ce sont celles des secteurs de l'automobile et de l'habillement qui ont augmenté le plus.



### Related October indicators

Preliminary figures from the auto industry indicate a sizeable drop in the number of new motor vehicles sold in October, especially trucks. Declines in part-time jobs were offset by advances in full-time jobs in October, resulting in a marginal 0.1% gain in total employment compared with September. Housing starts rose 4.9% in October from September; only British Columbia and Ontario saw increases.

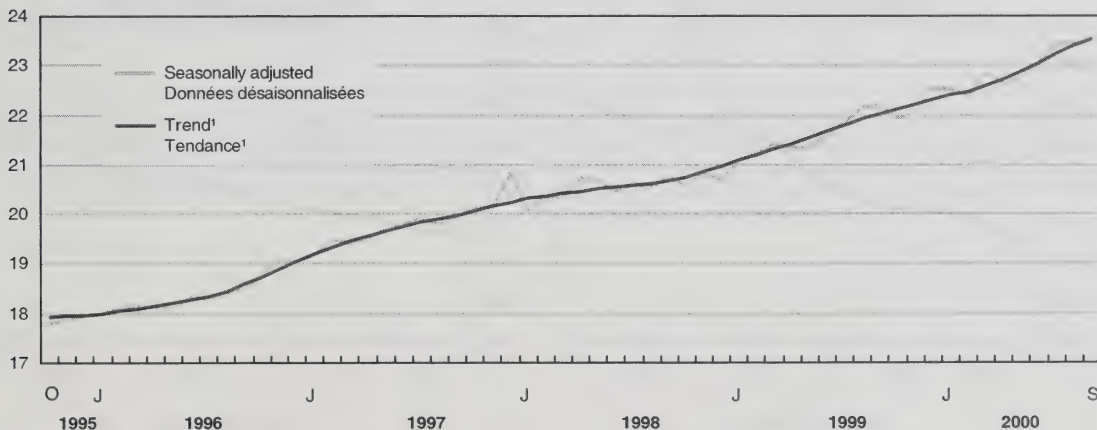
### Indicateurs connexes pour octobre

Les premiers chiffres émanant du secteur de l'automobile indiquent une baisse assez considérable du nombre de véhicules neufs vendus en octobre, et ce, notamment dans le cas des camions. La baisse du nombre d'emplois à temps partiel a été compensée par l'augmentation des emplois à temps plein en octobre, de sorte qu'il y a eu une hausse minime de 0,1 % de l'emploi total par rapport à septembre. En octobre, le nombre de mises en chantier a augmenté de 4,9 % par rapport à septembre; les seules hausses ont été observées en Colombie-Britannique et en Ontario.

### Retail Sales – Canada

### Ventes au détail – Canada

\$ billions / milliards de \$



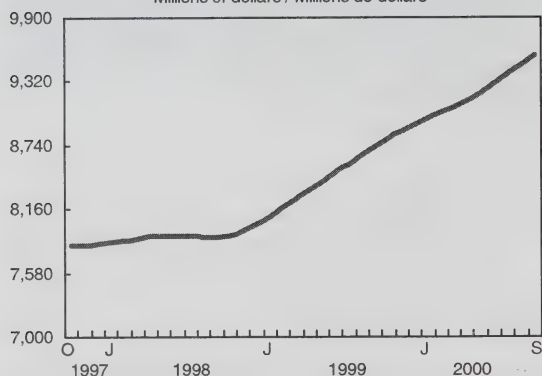
<sup>1</sup> Trend represents smoothed seasonally adjusted data.

<sup>1</sup> La tendance représente les données désaisonnalisées lissées.

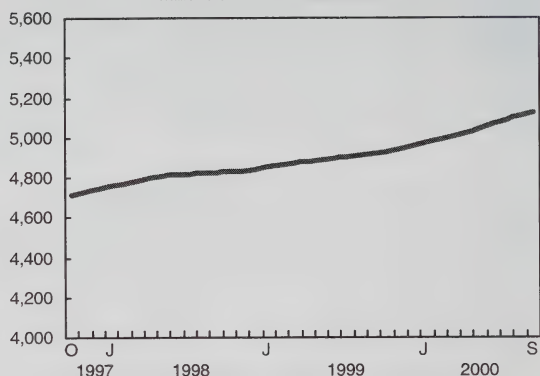
# Retail Sales Trends<sup>1</sup> – Canada, By Major Group

# Tendances<sup>1</sup> des ventes au détail – Canada, par groupe principal

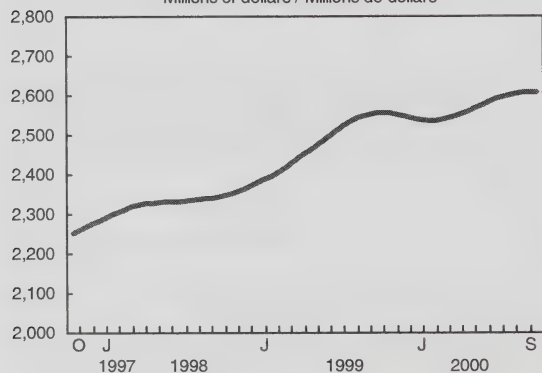
**Automotive / Véhicules automobiles**  
Millions of dollars / Millions de dollars



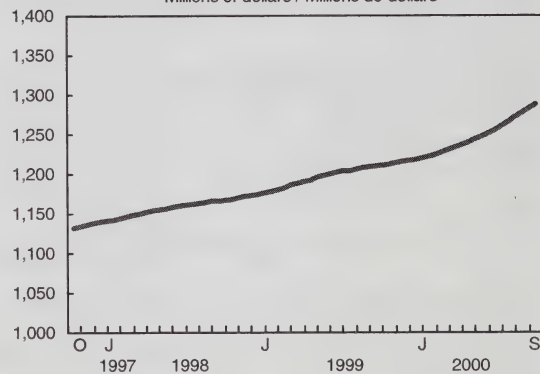
**Food / Aliments**  
Millions of dollars / Millions de dollars



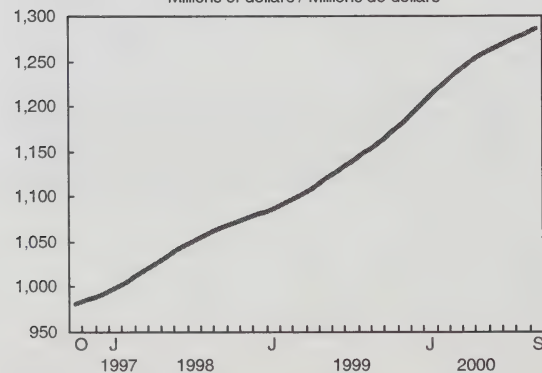
**General Merchandise / Marchandises diverses**  
Millions of dollars / Millions de dollars



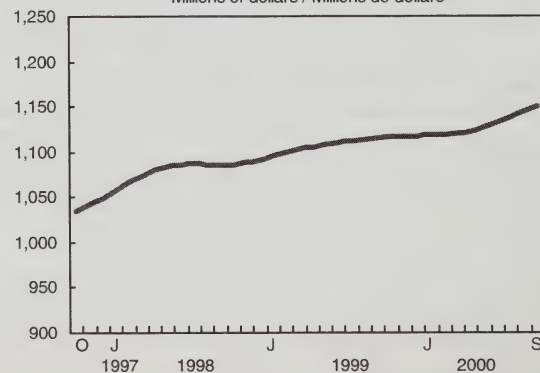
**Clothing / Vêtements**  
Millions of dollars / Millions de dollars



**Furniture / Meubles**  
Millions of dollars / Millions de dollars



**Drug / Pharmacies**  
Millions of dollars / Millions de dollars



<sup>1</sup> Trend represents smoothed seasonally adjusted data.

<sup>1</sup> La tendance représente les données désaisonnalisées lissées.

**For Further Reading**

Selected Publications from Statistics Canada

**Lectures suggérées**

Choisies parmi les publications de Statistique Canada

Title	Catalogue	Titre
New Motor Vehicle Sales, Monthly, Bilingual	<b>63-007-XIB</b>	Ventes de véhicules automobiles neufs, mensuel, bilingue
Wholesale Trade, Monthly, Bilingual	<b>63-008-XIB</b>	Commerce de gros, mensuel, bilingue
Retail Chain and Department Stores, Annual, Bilingual	<b>63-210-XIB</b>	Magasins de détail à succursales et les grands magasins, annuel, bilingue
Wholesaling and Retailing Canada, Annual, Bilingual	<b>63-236-XIB</b>	Les commerces de gros et de détail au Canada, annuel, bilingue
Market Research Handbook, Annual, Bilingual	<b>63-224-XPB</b>	Recueil statistique des études de marché, annuel, bilingue

To order a publication you may telephone 1 (613) 951-7277 or use facsimile number 1 (613) 951-1584. For toll free in Canada only telephone 1 800 267-6677. When ordering by telephone or facsimile a written confirmation is not required.

Pour obtenir une publication veuillez téléphoner au 1 (613) 951-7277 ou utiliser le numéro du télécopieur 1 (613) 951-1584. Pour appeler sans frais, au Canada, composez le 1 800 267-6677. Il n'est pas nécessaire de nous faire parvenir une confirmation pour une commande faite par téléphone ou télécopieur.





**Statistical  
Tables**

---

**Tableaux  
statistiques**

---

Table 1

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Current Periods)**

	Sales					Change from previous month Variation par rapport au mois précédent	
	Ventes					September 2000 Septembre	August 2000 Août
	September 2000 Septembre	August 2000 Août	July 2000 Juillet	June 2000 Juin	Year-to-date 2000 Cumulatif		
	Millions of dollars - Millions de dollars					Per cent - Pourcentage	
<b>Trade Group - Canada</b>							
Supermarkets and grocery stores	4,746.0	4,752.4	4,737.6	4,677.6	42,033.3	-0.1	0.3
All other food stores	381.1	382.3	378.8	374.4	3,383.0	-0.3	0.9
Drugs and patent medicine stores	1,153.2	1,135.5	1,143.7	1,133.5	10,160.3	1.6	-0.7
Shoe stores	136.1	132.4	136.1	133.1	1,219.2	2.8	-2.7
Men's clothing stores	130.9	132.8	134.1	132.8	1,179.2	-1.5	-1.0
Women's clothing stores	393.1	382.4	380.6	384.1	3,446.3	2.8	0.5
Other clothing stores	637.1	608.8	617.2	603.2	5,413.3	4.7	-1.4
Household furniture and appliance stores	1,051.3	1,027.1	1,036.5	1,020.1	9,183.5	2.4	-0.9
Household furnishings stores	241.0	236.8	242.2	231.2	2,100.4	1.8	-2.2
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	6,404.6	6,384.2	6,294.3	6,172.6	55,340.8	0.3	1.4
Gasoline service stations	1,892.1	1,832.8	1,855.8	1,837.9	16,230.1	3.2	-1.2
Automotive parts, accessories and services	1,295.0	1,331.6	1,321.1	1,280.7	11,640.8	-2.8	0.8
General merchandise stores	2,588.2	2,616.0	2,656.2	2,604.5	23,276.4	-1.1	-1.5
Other semi-durable goods stores	729.7	738.8	751.4	732.8	6,559.7	-1.2	-1.7
Other durable goods stores	626.9	629.3	615.9	619.3	5,518.6	-0.4	2.2
Other retail stores	1,142.9	1,133.0	1,116.7	1,113.2	9,943.4	0.9	1.5
<b>Total, all stores</b>	<b>23,549.2</b>	<b>23,456.2</b>	<b>23,418.2</b>	<b>23,051.0</b>	<b>206,628.3</b>	<b>0.4</b>	<b>0.2</b>
<b>Regions</b>							
Newfoundland	378.9	381.4	378.2	376.8	3,359.9	-0.7	0.9
Prince Edward Island	105.3	105.1	105.3	103.4	930.0	0.3	-0.2
Nova Scotia	714.3	714.6	725.0	715.4	6,343.3	0.0	-1.4
New Brunswick	586.6	585.9	575.7	577.2	5,187.5	0.1	1.8
Quebec	5,396.0	5,383.1	5,398.4	5,254.7	47,455.3	0.2	-0.3
Ontario	9,076.4	9,024.6	8,991.0	8,854.5	79,203.7	0.6	0.4
Manitoba	794.9	798.2	797.5	778.7	7,045.8	-0.4	0.1
Saskatchewan	683.1	687.2	686.5	683.8	6,095.0	-0.6	0.1
Alberta	2,721.1	2,691.4	2,702.6	2,656.7	23,792.9	1.1	-0.4
British Columbia	3,016.2	3,008.5	2,982.8	2,974.6	26,532.0	0.3	0.9
Yukon	28.0	28.2	27.8	28.7	256.2	-1.0	1.5
Northwest Territories	32.5	32.5	32.6	31.3	290.2	-0.2	-0.1
Nunavut	15.8	15.4	14.8	15.1	136.7	2.3	4.1

Tableau 1

**Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(périodes courantes)**

Change from previous month Variation par rapport au mois précédent		Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					
July 2000 Juillet	June 2000 Juin	September 2000 Septembre	August 2000 Août	July 2000 Juillet	June 2000 Juin	Year-to-date 2000 Cumulatif	
Per cent - Pourcentage							
Groupe de commerce - Canada							
1.3	0.5	4.3	4.4	4.4	3.4	3.2	Supermarchés d'alimentation et épiceries
1.2	0.1	3.9	4.7	4.6	3.0	3.3	Tous les autres magasins d'alimentation
0.9	0.9	3.2	1.9	2.6	2.6	1.9	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
2.2	0.2	5.2	-0.5	-0.4	3.1	-0.4	Magasins de chaussures
1.0	0.8	3.6	0.0	4.4	7.7	2.7	Magasins de vêtements pour hommes
-0.9	0.6	8.7	0.9	1.0	4.2	2.5	Magasins de vêtements pour femmes
2.3	2.0	15.2	8.8	8.0	9.3	8.7	Autres magasins de vêtements
1.6	-0.6	11.7	10.0	10.8	7.8	12.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
4.8	-1.1	11.8	9.3	11.1	12.0	10.8	Magasins d'accessoires d'ameublement
2.0	2.0	5.5	6.2	7.4	8.5	7.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
1.0	3.3	19.5	16.8	22.5	25.2	24.2	Stations-service
3.2	-1.7	2.8	6.4	8.1	3.5	4.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
2.0	1.3	0.4	1.3	4.4	4.6	3.5	Magasins de marchandises diverses
2.5	1.9	3.0	1.5	4.7	3.4	2.7	Autres magasins de produits semi-durables
-0.5	1.3	6.6	7.1	6.0	7.2	4.5	Autres magasins de produits durables
0.3	0.7	8.1	8.8	6.3	6.0	5.9	Autres magasins de vente au détail
1.6	1.2	6.0	5.9	7.1	7.0	6.4	Total, ensemble des magasins
Régions							
0.4	1.4	5.7	8.7	8.0	6.5	6.7	Terre-Neuve
1.8	0.3	4.6	7.0	7.1	6.2	8.7	Île-du-Prince-Édouard
1.3	2.7	3.7	4.3	7.1	3.4	4.4	Nouvelle-Écosse
-0.3	0.8	4.7	3.1	3.7	6.0	5.4	Nouveau-Brunswick
2.7	1.6	5.3	5.6	6.5	4.9	4.5	Québec
1.5	0.6	7.3	5.3	7.3	7.9	7.3	Ontario
2.4	-0.2	2.5	3.8	6.8	5.6	4.4	Manitoba
0.4	0.7	4.0	4.3	5.8	6.9	5.6	Saskatchewan
1.7	1.0	6.4	8.4	9.8	10.6	9.4	Alberta
0.3	2.4	5.7	7.4	5.8	6.8	5.7	Colombie-Britannique
-3.1	-0.2	-0.6	3.1	1.2	3.6	3.8	Yukon
4.1	-0.1	3.2	3.2	4.8	3.6	5.5	Territoires du Nord Ouest
-2.1	0.1	6.6	7.1	3.9	3.4	5.3	Nunavut

Table 2

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Current Periods)**

	Sales Ventes				
	September 2000 Septembre	August 2000 Août	July 2000 Juillet	June 2000 Juin	Year-to-date 2000 Cumulatif
Millions of dollars - Millions de dollars					
<b>Trade Group - Canada</b>					
Supermarkets and grocery stores	4,898.0	4,897.8	4,928.8	4,899.7	42,072.5
All other food stores	376.7	384.2	394.2	393.7	3,317.7
Drugs and patent medicine stores	1,130.1	1,126.7	1,106.2	1,123.0	9,898.7
Shoe stores	150.5	137.2	126.5	144.1	1,148.3
Men's clothing stores	124.7	112.9	115.8	141.8	1,017.6
Women's clothing stores	428.4	364.7	362.1	386.8	3,178.7
Other clothing stores	696.6	658.8	559.6	561.7	4,896.2
Household furniture and appliance stores	1,099.2	1,042.0	1,019.9	993.0	8,529.2
Household furnishings stores	246.9	248.3	245.4	238.6	1,994.2
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	6,433.0	6,680.2	6,430.5	7,376.7	56,952.9
Gasoline service stations	1,931.5	1,983.3	2,016.2	1,945.3	16,206.6
Automotive parts, accessories and services	1,264.0	1,365.9	1,392.3	1,418.8	11,356.4
General merchandise stores	2,520.0	2,564.2	2,485.3	2,540.1	21,035.3
Other semi-durable goods stores	740.8	788.3	786.1	789.1	6,170.0
Other durable goods stores	608.7	674.2	619.0	619.5	5,093.4
Other retail stores	1,180.1	1,217.1	1,233.3	1,208.9	9,585.5
<b>Total, all stores</b>	<b>23,829.4</b>	<b>24,245.8</b>	<b>23,821.2</b>	<b>24,780.8</b>	<b>202,453.2</b>
<b>Regions</b>					
Newfoundland	380.0	407.8	393.3	417.0	3,283.9
Prince Edward Island	106.6	122.5	123.3	117.2	914.7
Nova Scotia	713.0	747.5	756.2	788.9	6,203.2
New Brunswick	594.4	623.4	599.8	632.5	5,074.1
Quebec	5,437.5	5,633.4	5,524.3	5,709.5	47,005.8
Ontario	9,243.2	9,186.1	9,045.4	9,562.9	77,196.3
Manitoba	804.3	815.6	794.5	831.2	6,871.2
Saskatchewan	684.8	714.0	696.6	724.9	5,924.9
Alberta	2,741.8	2,767.0	2,718.2	2,798.7	23,208.1
British Columbia	3,046.9	3,146.3	3,086.3	3,114.0	26,088.5
Yukon	28.8	32.9	33.1	34.2	258.3
Northwest Territories	32.5	33.4	35.2	35.0	290.1
Nunavut	15.5	16.0	15.0	14.7	134.1



Tableau 2

**Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(périodes courantes)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					
September 2000 Septembre	August 2000 Août	July 2000 Juillet	June 2000 Juin	Year-to-date 2000 Cumulatif	
Per cent - Pourcentage					
<b>Groupe de commerce - Canada</b>					
7.9	8.9	-1.4	7.3	3.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries
5.5	7.2	2.2	3.8	3.6	Tous les autres magasins d'alimentation
3.6	3.4	0.6	3.4	2.2	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
8.0	1.2	-2.8	2.7	-0.2	Magasins de chaussures
5.1	3.1	0.7	13.2	3.5	Magasins de vêtements pour hommes
14.5	1.5	-2.7	3.7	3.1	Magasins de vêtements pour femmes
19.1	9.0	6.5	11.7	9.6	Autres magasins de vêtements
14.5	10.5	8.0	9.8	12.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
12.4	11.9	8.7	9.4	11.0	Magasins d'accessoires d'ameublement
4.4	11.7	3.6	7.1	7.3	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
19.0	16.5	21.4	27.9	24.0	Stations-service
1.5	10.9	5.1	2.9	5.2	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
0.8	3.4	2.8	6.1	4.1	Magasins de marchandises diverses
2.9	4.4	3.8	3.5	3.2	Autres magasins de produits semi-durables
6.1	9.9	2.9	9.6	5.2	Autres magasins de produits durables
12.3	12.0	-0.2	11.1	6.6	Autres magasins de vente au détail
<b>7.0</b>	<b>9.4</b>	<b>3.6</b>	<b>8.2</b>	<b>6.9</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Régions</b>					
7.2	12.3	2.9	9.8	7.4	Terre-Neuve
4.8	10.3	3.7	8.2	8.8	Île-du-Prince-Édouard
4.8	6.7	3.8	7.7	5.0	Nouvelle-Écosse
6.2	6.8	-0.4	6.9	5.8	Nouveau-Brunswick
5.4	10.0	2.2	6.0	5.0	Québec
8.5	9.0	4.0	8.8	7.9	Ontario
3.8	6.9	3.0	7.7	5.0	Manitoba
5.1	7.9	2.9	7.6	6.1	Saskatchewan
8.3	11.2	7.0	11.6	10.0	Alberta
6.8	9.6	3.0	8.2	6.1	Colombie-Britannique
-0.6	5.9	-2.1	5.1	4.2	Yukon
2.6	6.8	2.0	2.6	6.0	Territoires du Nord Ouest
8.2	7.7	2.4	3.6	5.4	Nunavut

Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter III 2000	Quarter II 2000	Quarter I 2000	Quarter IV 1999	Quarter III 1999
	Trimestre III	Trimestre II	Trimestre I	Trimestre IV	Trimestre III
Millions of dollars - Millions de dollars					
<b>Canada</b>					
Supermarkets and grocery stores	14,724.6	14,240.9	13,107.1	14,006.9	14,037.0
All other food stores	1,155.2	1,154.1	1,008.4	1,187.7	1,101.6
Drugs and patent medicine stores	3,363.0	3,320.4	3,215.3	3,647.6	3,279.8
Shoe stores	414.2	428.8	305.4	475.3	405.0
Men's clothing stores	353.4	379.5	284.7	553.4	343.1
Women's clothing stores	1,155.2	1,151.5	872.0	1,423.0	1,105.3
Other clothing stores	1,915.0	1,648.8	1,332.3	2,201.2	1,715.0
Household furniture and appliance stores	3,161.1	2,834.8	2,533.3	3,511.1	2,847.2
Household furnishings stores	740.6	682.2	571.4	775.6	667.1
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	19,543.8	21,306.9	16,102.2	16,310.7	18,351.2
Gasoline service stations	5,931.0	5,424.4	4,851.2	4,927.6	4,985.5
Automotive parts, accessories and services	4,022.2	4,096.1	3,238.0	4,148.3	3,802.0
General merchandise stores	7,569.6	7,427.0	6,038.7	9,791.5	7,397.1
Other semi-durable goods stores	2,315.2	2,243.4	1,611.5	2,516.1	2,232.7
Other durable goods stores	1,901.9	1,751.9	1,439.7	2,218.6	1,788.8
Other retail stores	3,630.6	3,328.2	2,626.8	3,629.0	3,373.7
<b>Total, all stores</b>	<b>71,896.4</b>	<b>71,418.9</b>	<b>59,137.9</b>	<b>71,323.6</b>	<b>67,432.1</b>
<b>Newfoundland</b>					
Supermarkets and grocery stores	295.5	281.8	257.4	276.3	284.9
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	61.0	59.7	58.5	68.0	58.6
Shoe stores	3.6	3.4	2.5	4.6	3.9
Men's clothing stores	3.0	2.9	2.0	7.6	3.6
Women's clothing stores	14.1	12.5	8.6	21.8	13.6
Other clothing stores	18.5	14.3	11.2	27.0	16.8
Household furniture and appliance stores	36.0	33.5	26.7	46.9	34.3
Household furnishings stores	2.7	2.4	1.6	2.6	2.4
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	314.4	373.7	245.0	214.2	280.9
Gasoline service stations	120.3	102.6	86.4	95.6	104.7
Automotive parts, accessories and services	58.9	60.3	44.6	68.0	54.2
General merchandise stores	156.8	145.7	114.0	221.9	151.3
Other semi-durable goods stores	27.6	24.3	14.2	29.9	23.4
Other durable goods stores	15.6	13.4	9.3	20.1	13.1
Other retail stores	41.9	38.4	31.7	47.2	40.6
<b>Total, all stores</b>	<b>1,181.1</b>	<b>1,178.7</b>	<b>924.1</b>	<b>1,165.0</b>	<b>1,100.0</b>

Tableau 3

**Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter III 2000 Trimestre III	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	
Per cent - Pourcentage					
<b>Canada</b>					
4.9	3.8	3.0	3.1	2.5	Supermarchés d'alimentation et épiceries
4.9	3.4	2.5	3.3	1.0	Tous les autres magasins d'alimentation
2.5	2.5	1.5	4.3	2.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
2.3	-4.2	2.6	-1.3	-5.0	Magasins de chaussures
3.0	3.8	3.9	-1.3	-1.3	Magasins de vêtements pour hommes
4.5	1.0	4.2	4.6	1.0	Magasins de vêtements pour femmes
11.7	7.2	9.8	5.4	5.7	Autres magasins de vêtements
11.0	12.9	14.5	11.3	9.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
11.0	10.4	11.8	7.8	6.4	Magasins d'accessoires d'ameublement
6.5	7.3	8.3	9.9	10.5	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
19.0	22.6	32.4	23.5	15.9	Stations-service
5.8	3.3	7.1	5.4	3.7	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
2.3	4.3	6.4	5.0	10.6	Magasins de marchandises diverses
3.7	2.0	4.4	0.3	5.6	Autres magasins de produits semi-durables
6.3	3.9	5.4	3.1	2.7	Autres magasins de produits durables
7.6	5.5	6.6	9.7	7.6	Autres magasins de vente au détail
<b>6.6</b>	<b>6.4</b>	<b>7.9</b>	<b>7.0</b>	<b>7.1</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Terre-Neuve</b>					
3.7	0.2	1.1	-1.0	1.7	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
4.1	0.8	3.4	2.7	6.0	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-7.7	-5.6	-	-	5.4	Magasins de chaussures
-16.7	-21.6	-25.9	-3.8	-14.3	Magasins de vêtements pour hommes
3.7	-6.7	-6.5	1.9	2.3	Magasins de vêtements pour femmes
10.1	11.7	4.7	9.3	3.1	Autres magasins de vêtements
5.0	13.9	10.3	7.3	15.5	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
12.5	26.3	6.7	-7.1	9.1	Magasins d'accessoires d'ameublement
11.9	15.4	19.1	20.1	16.2	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
14.9	11.6	11.2	4.5	6.9	Stations-service
8.7	5.6	8.8	10.2	6.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
3.6	6.6	3.4	5.7	10.9	Magasins de marchandises diverses
17.9	8.0	-1.4	4.9	4.5	Autres magasins de produits semi-durables
19.1	22.9	25.7	14.9	8.3	Autres magasins de produits durables
3.2	5.5	3.3	9.0	4.6	Autres magasins de vente au détail
<b>7.4</b>	<b>7.3</b>	<b>7.5</b>	<b>6.6</b>	<b>8.2</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter III 2000 Trimestre III	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III
Millions of dollars - Millions de dollars					
<b>Prince Edward Island</b>					
Supermarkets and grocery stores	84.8	76.0	68.5	74.4	81.1
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	19.9	18.8	16.8	19.6	18.2
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	x	x	x	x	x
Other clothing stores	11.2	6.4	4.5	10.1	9.7
Household furniture and appliance stores	10.0	8.2	6.7	9.9	7.9
Household furnishings store	4.5	4.2	2.9	5.3	4.9
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	63.8	77.4	48.6	56.7	62.2
Gasoline service stations	49.5	37.6	30.8	34.1	42.0
Automotive parts, accessories and services	21.0	21.4	14.1	20.4	19.4
General merchandise stores	28.9	26.3	18.8	37.2	28.6
Other semi-durable goods stores	18.9	12.3	8.2	12.8	18.2
Other durable goods stores	6.5	5.2	3.5	7.3	6.9
Other retail stores	18.6	15.4	9.8	13.7	17.6
<b>Total, all stores</b>	<b>352.5</b>	<b>321.2</b>	<b>241.0</b>	<b>316.1</b>	<b>331.8</b>
<b>Nova Scotia</b>					
Supermarkets and grocery stores	544.3	520.6	488.5	516.5	515.3
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patient medicine stores	133.4	129.3	127.2	147.7	131.5
Shoe stores	5.5	5.4	4.3	7.8	6.8
Men's clothing stores	4.5	5.0	3.3	8.4	4.7
Women's clothing stores	29.8	28.8	20.9	41.5	29.2
Other clothing stores	45.0	35.4	28.2	59.6	41.3
Household furniture and appliance stores	66.4	61.8	58.2	84.3	62.1
Household furnishings store	11.7	11.7	8.7	15.6	15.5
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	535.9	608.9	450.1	426.4	510.0
Gasoline service stations	233.7	201.0	168.8	191.9	202.3
Automotive parts, accessories and services	114.2	119.8	89.2	129.1	111.7
General merchandise stores	222.4	217.3	170.8	330.8	220.3
Other semi-durable goods stores	74.0	68.7	45.8	86.3	69.4
Other durable goods stores	45.4	40.7	33.8	60.8	44.8
Other retail stores	127.2	113.4	82.8	121.8	120.3
<b>Total, all stores</b>	<b>2,216.6</b>	<b>2,189.8</b>	<b>1,796.8</b>	<b>2,251.4</b>	<b>2,109.7</b>



Tableau 3

**Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter III 2000 Trimestre III	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	
Per cent - Pourcentage					
<b>Île-du-Prince-Édouard</b>					
4.6	3.1	7.0	14.6	14.5	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
9.3	9.3	1.8	-	-1.1	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour femmes
15.5	3.2	-2.2	4.1	10.2	Autres magasins de vêtements
26.6	10.8	3.1	12.5	23.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
-8.2	7.7	-3.3	15.2	-	Magasins d'accessoires d'ameublement
2.6	17.1	13.0	27.1	11.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
17.9	20.5	33.3	25.8	21.0	Stations-service
8.2	3.9	7.6	6.8	6.6	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
1.0	16.4	16.8	17.7	26.0	Magasins de marchandises diverses
3.8	-3.1	10.8	2.4	4.0	Autres magasins de produits semi-durables
-5.8	4.0	16.7	19.7	25.5	Autres magasins de produits durables
5.7	14.9	11.4	1.5	8.6	Autres magasins de vente au détail
<b>6.2</b>	<b>10.0</b>	<b>11.2</b>	<b>14.4</b>	<b>12.9</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Nouvelle-Écosse</b>					
5.6	4.9	5.1	5.9	4.3	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
1.4	2.5	1.7	5.6	1.2	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-19.1	-20.6	-8.5	-	-1.4	Magasins de chaussures
-4.3	4.2	-5.7	3.7	6.8	Magasins de vêtements pour hommes
2.1	-10.0	-11.4	-7.2	-9.9	Magasins de vêtements pour femmes
9.0	11.0	8.9	7.6	7.8	Autres magasins de vêtements
6.9	20.0	25.7	23.1	20.8	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
-24.5	-17.0	-23.0	2.6	50.5	Magasins d'accessoires d'ameublement
5.1	1.2	3.5	-1.1	3.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
15.5	10.7	24.5	27.6	23.1	Stations-service
2.2	6.3	6.6	3.8	1.5	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
1.0	4.2	3.6	6.2	11.1	Magasins de marchandises diverses
6.6	13.9	2.9	9.2	0.9	Autres magasins de produits semi-durables
1.3	4.6	8.3	5.9	5.7	Autres magasins de produits durables
5.7	4.8	2.5	7.8	6.7	Autres magasins de vente au détail
<b>5.1</b>	<b>4.3</b>	<b>5.7</b>	<b>6.3</b>	<b>6.4</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter III 2000 Trimestre III	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III
Millions of dollars - Millions de dollars					
<b>New Brunswick</b>					
Supermarkets and grocery stores	456.4	425.9	393.8	428.7	423.3
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	87.0	86.5	86.3	97.4	85.2
Shoe stores	6.2	5.9	4.3	7.4	6.7
Men's clothing stores	6.4	6.2	4.4	10.4	6.2
Women's clothing stores	20.7	20.6	15.1	30.5	20.8
Other clothing stores	38.5	30.9	23.5	47.9	33.8
Household furniture and appliance stores	53.0	46.4	40.8	63.9	48.9
Household furnishings stores	14.8	14.6	11.0	17.7	14.5
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	472.9	559.4	380.3	383.8	483.9
Gasoline service stations	191.2	170.2	142.0	159.1	168.8
Automotive parts, accessories and services	101.8	105.9	79.3	113.8	96.9
General merchandise stores	182.1	176.0	138.5	262.3	179.3
Other semi-durable goods stores	58.6	54.7	38.2	57.6	51.7
Other durable goods stores	31.3	26.9	20.9	42.1	28.9
Other retail stores	83.5	72.7	53.4	78.0	79.5
<b>Total, all stores</b>	<b>1,817.5</b>	<b>1,816.0</b>	<b>1,440.6</b>	<b>1,813.2</b>	<b>1,745.4</b>
<b>Quebec</b>					
Supermarkets and grocery stores	3,760.8	3,628.2	3,372.3	3,599.9	3,664.8
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	708.8	714.1	702.4	749.3	680.8
Shoe stores	134.6	146.8	92.1	170.7	133.8
Men's clothing stores	72.7	82.8	55.2	111.0	71.3
Women's clothing stores	310.1	322.6	225.5	371.6	296.3
Other clothing stores	500.1	456.2	332.6	517.1	440.2
Household furniture and appliance stores	876.7	780.2	624.0	891.4	774.4
Household furnishings stores	133.7	127.6	98.1	139.7	123.1
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,744.2	5,121.1	3,784.8	3,726.0	4,480.8
Gasoline service stations	1,213.0	1,145.1	1,057.4	1,058.9	1,025.4
Automotive parts, accessories and services	923.4	1,011.7	778.6	1,042.6	926.7
General merchandise stores	1,468.3	1,487.9	1,188.0	1,818.5	1,429.4
Other semi-durable goods stores	456.4	464.6	308.9	444.9	448.8
Other durable goods stores	381.4	377.7	301.9	425.7	363.8
Other retail stores	550.6	546.5	398.2	592.9	503.0
<b>Total, all stores</b>	<b>16,595.1</b>	<b>16,776.3</b>	<b>13,634.4</b>	<b>16,007.3</b>	<b>15,687.5</b>

Tableau 3

**Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter III 2000 Trimestre III	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	
Per cent - Pourcentage					
<b>Nouveau-Brunswick</b>					
7.8	7.5	9.7	9.4	8.8	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
2.1	4.5	9.8	6.4	3.5	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-7.5	-10.6	4.9	-	11.7	Magasins de chaussures
3.2	5.1	-8.3	-8.8	-1.6	Magasins de vêtements pour hommes
-0.5	-2.4	4.9	6.6	3.5	Magasins de vêtements pour femmes
13.9	12.4	8.8	8.4	3.4	Autres magasins de vêtements
8.4	15.7	10.0	10.0	15.9	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
2.1	18.7	18.3	21.2	12.4	Magasins d'accessoires d'ameublement
-2.3	-0.2	4.7	27.7	20.2	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
13.3	19.7	18.3	15.5	11.7	Stations-service
5.1	8.7	18.7	5.0	-0.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
1.6	5.1	7.1	6.5	8.5	Magasins de marchandises diverses
13.3	8.7	2.1	2.7	8.6	Autres magasins de produits semi-durables
8.3	5.9	12.4	10.5	7.8	Autres magasins de produits durables
5.0	6.9	7.4	8.6	8.0	Autres magasins de vente au détail
<b>4.1</b>	<b>5.5</b>	<b>8.6</b>	<b>11.8</b>	<b>10.9</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Québec</b>					
2.6	0.4	0.6	2.7	4.8	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
4.1	5.6	4.3	2.6	-4.9	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
0.6	-5.4	3.8	0.4	-5.4	Magasins de chaussures
2.0	-4.5	-9.7	-8.2	-8.6	Magasins de vêtements pour hommes
4.7	1.2	2.7	4.2	-3.7	Magasins de vêtements pour femmes
13.6	6.4	9.8	5.0	1.4	Autres magasins de vêtements
13.2	11.8	14.8	11.1	9.3	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
8.6	2.7	4.7	2.9	-2.1	Magasins d'accessoires d'ameublement
5.9	0.9	5.2	5.7	12.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
18.3	25.6	35.7	28.7	20.9	Stations-service
-0.4	0.0	7.2	6.6	6.5	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
2.7	2.8	5.9	4.4	8.1	Magasins de marchandises diverses
1.7	0.9	3.0	-6.9	-6.4	Autres magasins de produits semi-durables
4.8	1.9	3.4	-0.4	3.1	Autres magasins de produits durables
9.5	5.3	5.5	15.4	12.8	Autres magasins de vente au détail
<b>5.8</b>	<b>3.3</b>	<b>6.2</b>	<b>5.7</b>	<b>7.1</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter III 2000	Quarter II 2000	Quarter I 2000	Quarter IV 1999	Quarter III 1999
	Trimestre III	Trimestre II	Trimestre I	Trimestre IV	Trimestre III
Millions of dollars - Millions de dollars					
<b>Ontario</b>					
Supermarkets and grocery stores	4,619.5	4,542.6	4,118.3	4,371.1	4,371.4
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	1,374.2	1,368.4	1,309.5	1,494.5	1,379.6
Shoe stores	158.2	162.0	119.5	173.5	151.1
Men's clothing stores	160.4	169.1	129.2	248.1	152.0
Women's clothing stores	462.2	465.8	359.6	590.7	438.6
Other clothing stores	727.4	622.2	521.1	895.0	651.5
Household furniture and appliance stores	1,170.8	1,043.7	955.8	1,283.3	1,043.6
Household furnishings stores	337.4	302.5	254.6	341.6	284.2
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	7,639.5	8,315.9	6,201.8	6,541.9	7,204.1
Gasoline service stations	2,228.6	2,102.9	1,902.4	1,878.4	1,821.4
Automotive parts, accessories and services	1,581.2	1,574.6	1,258.4	1,603.4	1,457.4
General merchandise stores	3,030.4	2,963.2	2,385.4	3,956.7	2,944.3
Other semi-durable goods stores	1,052.4	986.7	725.4	1,158.3	1,013.6
Other durable goods stores	772.2	696.6	571.1	918.9	716.0
Other retail stores	1,647.9	1,468.7	1,159.2	1,606.0	1,517.0
<b>Total, all stores</b>	<b>27,474.7</b>	<b>27,302.5</b>	<b>22,419.2</b>	<b>27,604.6</b>	<b>25,642.3</b>
<b>Manitoba</b>					
Supermarkets and grocery stores	577.3	571.6	527.8	559.0	546.1
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	76.2	72.8	72.5	80.9	70.4
Shoe stores	11.3	11.5	8.9	13.4	11.0
Men's clothing stores	11.0	11.8	7.9	17.1	10.4
Women's clothing stores	31.7	30.0	22.4	36.5	29.6
Other clothing stores	51.3	45.2	39.2	66.8	51.2
Household furniture and appliance stores	91.1	86.9	76.7	106.5	85.4
Household furnishings stores	18.5	17.1	15.1	18.0	16.7
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	685.7	708.0	592.0	618.6	676.6
Gasoline service stations	223.1	206.4	180.4	184.6	186.4
Automotive parts, accessories and services	120.2	122.3	95.7	123.0	111.8
General merchandise stores	286.6	286.7	235.1	379.8	284.8
Other semi-durable goods stores	53.6	55.7	42.4	75.3	55.2
Other durable goods stores	56.0	54.0	44.4	66.4	54.7
Other retail stores	100.2	100.2	78.5	111.4	102.0
<b>Total, all stores</b>	<b>2,414.4</b>	<b>2,400.6</b>	<b>2,056.1</b>	<b>2,478.7</b>	<b>2,308.9</b>



Tableau 3

**Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter III 2000 Trimestre III	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	
Per cent - Pourcentage					
<b>Ontario</b>					
5.7	5.2	2.6	2.1	0.5	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
-0.4	-0.5	-1.4	3.0	3.7	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
4.7	-5.0	-0.3	-3.1	-6.8	Magasins de chaussures
5.5	7.6	12.3	3.2	2.0	Magasins de vêtements pour hommes
5.4	1.2	6.7	6.4	2.8	Magasins de vêtements pour femmes
11.7	6.1	10.4	8.2	12.3	Autres magasins de vêtements
12.2	15.3	19.1	14.5	11.3	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
18.7	18.2	20.8	11.1	8.5	Magasins d'accessoires d'ameublement
6.0	9.2	9.5	14.0	15.3	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
22.4	28.1	37.6	25.1	16.9	Stations-service
8.5	3.3	7.3	6.4	3.3	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
2.9	5.0	7.2	5.7	12.8	Magasins de marchandises diverses
3.8	1.9	7.6	3.4	13.9	Autres magasins de produits semi-durables
7.8	3.6	7.4	4.2	4.0	Autres magasins de produits durables
8.6	6.3	7.9	10.0	7.3	Autres magasins de vente au détail
<b>7.1</b>	<b>7.7</b>	<b>9.1</b>	<b>8.6</b>	<b>9.2</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Manitoba</b>					
5.7	7.4	7.8	4.2	2.1	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
8.2	5.7	3.9	6.3	1.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
2.7	-6.5	-	-13.5	-12.0	Magasins de chaussures
5.8	3.5	-	0.6	11.8	Magasins de vêtements pour hommes
7.1	0.7	2.3	6.1	8.8	Magasins de vêtements pour femmes
0.2	-0.2	4.8	-0.7	6.0	Autres magasins de vêtements
6.7	16.6	7.0	3.2	6.5	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
10.8	12.5	28.0	24.1	26.5	Magasins d'accessoires d'ameublement
1.3	1.0	-1.1	-2.0	0.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
19.7	23.2	26.2	27.8	19.3	Stations-service
7.5	-1.4	-4.8	-0.1	-5.3	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
0.6	2.8	5.1	1.9	7.9	Magasins de marchandises diverses
-2.9	1.6	0.5	0.9	13.3	Autres magasins de produits semi-durables
2.4	-1.3	8.8	7.6	4.8	Autres magasins de produits durables
-1.8	5.4	8.3	7.3	12.6	Autres magasins de vente au détail
<b>4.6</b>	<b>5.2</b>	<b>5.2</b>	<b>3.4</b>	<b>4.2</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter III 2000	Quarter II 2000	Quarter I 2000	Quarter IV 1999	Quarter III 1999
	Trimestre III	Trimestre II	Trimestre I	Trimestre IV	Trimestre III
Millions of dollars - Millions de dollars					
<b>Saskatchewan</b>					
Supermarkets and grocery stores	499.8	482.4	427.7	468.9	480.9
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	91.1	90.0	89.4	100.9	94.0
Shoe stores	5.3	5.8	5.1	6.3	5.4
Men's clothing stores	7.5	8.5	6.1	12.0	7.6
Women's clothing stores	24.3	25.1	20.4	31.2	24.3
Other clothing stores	46.1	41.3	33.7	58.3	44.6
Household furniture and appliance stores	67.5	65.6	61.5	89.0	61.6
Household furnishings stores	20.7	18.5	16.3	22.2	20.1
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	537.1	566.4	445.3	481.2	499.7
Gasoline service stations	196.6	179.8	162.1	174.3	181.0
Automotive parts, accessories and services	136.6	133.6	115.5	138.3	130.2
General merchandise stores	272.1	269.7	220.1	342.2	261.4
Other semi-durable goods stores	45.6	48.8	36.6	57.3	44.4
Other durable goods stores	50.6	47.1	39.4	66.2	47.8
Other retail stores	80.7	75.4	58.2	80.6	72.5
<b>Total, all stores</b>	<b>2,095.5</b>	<b>2,076.9</b>	<b>1,752.5</b>	<b>2,149.3</b>	<b>1,990.0</b>
<b>Alberta</b>					
Supermarkets and grocery stores	1,752.7	1,683.0	1,556.5	1,661.7	1,626.0
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	319.8	315.7	307.0	362.3	318.8
Shoe stores	35.7	36.9	27.8	37.6	33.6
Men's clothing stores	42.6	47.3	39.0	68.4	42.9
Women's clothing stores	115.1	110.5	89.1	131.3	104.9
Other clothing stores	232.0	186.4	153.6	243.9	202.0
Household furniture and appliance stores	381.1	344.4	334.1	461.2	356.0
Household furnishings store	88.5	80.5	66.7	85.3	74.2
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	2,281.8	2,531.1	1,934.7	2,032.9	2,066.4
Gasoline service stations	647.3	588.7	538.1	544.9	559.3
Automotive parts, accessories and services	479.5	468.5	348.3	437.7	425.7
General merchandise stores	882.5	843.8	699.8	1,109.8	841.6
Other semi-durable goods stores	229.0	222.6	169.0	266.0	210.5
Other durable goods stores	222.1	205.3	166.4	260.4	215.6
Other retail stores	473.1	439.8	367.2	466.5	437.4
<b>Total, all stores</b>	<b>8,227.0</b>	<b>8,145.6</b>	<b>6,835.5</b>	<b>8,220.2</b>	<b>7,559.9</b>

Tableau 3

**Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter III 2000 Trimestre III	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	
Per cent - Pourcentage					
<b>Saskatchewan</b>					
3.9	2.7	0.1	-0.9	-0.8	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
-3.1	-2.4	-4.1	-4.9	-4.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-1.9	-6.5	10.9	-3.1	-6.9	Magasins de chaussures
-1.3	3.7	-6.2	-7.7	-6.2	Magasins de vêtements pour hommes
-	-3.1	7.4	2.0	0.8	Magasins de vêtements pour femmes
3.4	5.1	8.4	4.7	6.7	Autres magasins de vêtements
9.6	14.1	11.2	9.1	3.5	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
3.0	-2.1	5.2	7.8	3.1	Magasins d'accessoires d'ameublement
7.5	6.7	8.8	4.0	1.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
8.6	17.1	27.4	26.5	19.5	Stations-service
4.9	3.8	12.5	-0.9	-8.8	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
4.1	7.2	7.3	5.0	8.5	Magasins de marchandises diverses
2.7	-1.8	2.8	0.5	1.8	Autres magasins de produits semi-durables
5.9	2.2	11.6	8.0	3.2	Autres magasins de produits durables
11.3	9.8	7.8	6.9	1.5	Autres magasins de vente au détail
<b>5.3</b>	<b>5.9</b>	<b>7.3</b>	<b>4.1</b>	<b>2.4</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Alberta</b>					
7.8	6.8	6.2	4.3	3.0	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
0.3	0.9	1.6	7.0	10.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
6.3	9.5	8.6	1.3	-6.4	Magasins de chaussures
-0.7	5.6	4.0	-5.4	-1.6	Magasins de vêtements pour hommes
9.7	7.1	5.7	3.5	0.6	Magasins de vêtements pour femmes
14.9	12.2	7.8	-1.5	-6.3	Autres magasins de vêtements
7.1	11.6	15.2	10.8	11.8	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
19.3	15.3	9.3	-0.4	-1.7	Magasins d'accessoires d'ameublement
10.4	18.8	13.6	14.7	7.2	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
15.7	19.8	33.4	25.1	15.4	Stations-service
12.6	8.5	5.4	1.0	2.0	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
4.9	6.3	7.0	4.8	9.4	Magasins de marchandises diverses
8.8	4.5	4.8	4.8	6.2	Autres magasins de produits semi-durables
3.0	4.3	3.5	1.7	1.6	Autres magasins de produits durables
8.2	5.2	7.1	7.2	6.3	Autres magasins de vente au détail
<b>8.8</b>	<b>11.0</b>	<b>10.1</b>	<b>7.9</b>	<b>6.0</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter III 2000 Trimestre III	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III
Millions of dollars - Millions de dollars					
<b>British Columbia</b>					
Supermarkets and grocery stores	2,074.5	1,971.9	1,847.0	1,996.1	1,987.4
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	483.5	456.9	437.9	518.5	435.1
Shoe stores	52.1	49.6	39.9	52.2	50.7
Men's clothing stores	43.0	44.1	36.3	66.5	41.4
Women's clothing stores	140.7	130.5	107.0	160.9	141.6
Other clothing stores	241.4	207.2	182.2	272.2	220.7
Household furniture and appliance stores	403.8	359.7	344.9	469.2	368.3
Household furnishings stores	106.9	102.2	95.4	126.0	110.5
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	2,228.4	2,398.9	1,984.6	1,799.6	2,047.2
Gasoline service stations	810.1	675.6	567.3	591.8	676.6
Automotive parts, accessories and services	471.3	463.8	404.3	458.5	453.3
General merchandise stores	976.7	949.3	813.5	1,267.2	995.8
Other semi-durable goods stores	291.1	298.1	217.4	320.1	289.9
Other durable goods stores	314.4	278.9	245.0	344.5	290.8
Other retail stores	493.5	445.8	378.5	499.5	471.7
<b>Total, all stores</b>	<b>9,279.5</b>	<b>8,972.5</b>	<b>7,836.4</b>	<b>9,092.8</b>	<b>8,721.3</b>
<b>Yukon, Northwest Territories and Nunavut</b>					
Supermarkets and grocery stores	58.9	56.7	49.3	54.1	56.0
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	x
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	1.2	1.2	0.9	1.4	1.2
Other clothing stores	x	x	x	x	x
Household furniture and appliance stores	4.7	4.5	4.1	5.7	4.6
Household furnishings stores	1.2	1.1	1.0	1.4	1.0
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	x	x	x	x	x
Gasoline service stations	x	x	x	x	x
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	x
General merchandise stores	62.8	61.1	54.7	65.0	60.3
Other semi-durable goods stores	7.9	6.9	5.4	7.7	7.7
Other durable goods stores	6.3	6.2	4.0	6.2	6.5
Other retail stores	13.4	11.8	9.2	11.4	12.3
<b>Total, all stores</b>	<b>242.5</b>	<b>238.7</b>	<b>201.4</b>	<b>224.9</b>	<b>235.3</b>

Tableau 3

**Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter III 2000 Trimestre III	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	
Per cent - Pourcentage					
<b>Colombie-Britannique</b>					
4.4	3.0	3.2	3.9	1.3	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
11.1	8.3	5.1	10.6	6.9	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
2.8	-2.7	5.6	0.8	1.4	Magasins de chaussures
3.9	7.6	8.4	2.2	-1.0	Magasins de vêtements pour hommes
-0.6	0.4	2.3	3.9	6.3	Magasins de vêtements pour femmes
9.4	9.1	12.3	5.0	8.8	Autres magasins de vêtements
9.6	7.6	3.8	5.1	1.3	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
-3.3	1.0	2.8	7.0	10.5	Magasins d'accessoires d'ameublement
8.9	9.1	9.2	4.0	-0.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
19.7	13.1	23.5	11.8	6.0	Stations-service
4.0	5.1	7.1	7.1	8.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
-1.9	1.4	4.8	3.8	10.0	Magasins de marchandises diverses
0.4	-1.0	-2.0	-6.5	0.2	Autres magasins de produits semi-durables
8.1	7.2	1.4	2.2	-2.2	Autres magasins de produits durables
4.6	2.4	4.3	6.8	5.2	Autres magasins de vente au détail
<b>6.4</b>	<b>5.6</b>	<b>6.4</b>	<b>4.6</b>	<b>3.1</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Yukon, Territoires du Nord-Ouest et Nunavut</b>					
5.2	5.6	5.1	9.3	8.1	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
x	x	x	x	x	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
-	-	-	-6.7	-	Magasins de vêtements pour femmes
x	x	x	x	x	Autres magasins de vêtements
2.2	4.7	7.9	11.8	2.2	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
20.0	37.5	100.0	75.0	11.1	Magasins d'accessoires d'ameublement
x	x	x	x	x	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
x	x	x	x	x	Stations-service
x	x	x	x	x	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
4.1	2.2	5.8	7.4	7.7	Magasins de marchandises diverses
2.6	-	10.2	1.3	-2.5	Autres magasins de produits semi-durables
-3.1	6.9	14.3	-4.6	1.6	Autres magasins de produits durables
8.9	11.3	-	10.7	1.7	Autres magasins de vente au détail
<b>3.1</b>	<b>5.7</b>	<b>7.3</b>	<b>6.9</b>	<b>7.2</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter III 2000 Trimestre III	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III
Millions of dollars - Millions de dollars					
<b>Yukon</b>					
Supermarkets and grocery stores	28.3	26.1	22.5	25.4	26.4
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	x
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	x	x	x	x	x
Other clothing stores	x	x	x	x	x
Household furniture and appliance stores	x	x	x	x	x
Household furnishings stores	x	x	x	x	x
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	x	x	x	x	x
Gasoline service stations	x	x	x	x	x
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	x
General merchandise stores	x	x	x	x	x
Other semi-durable goods stores	x	x	2.4	3.8	4.6
Other durable goods stores	x	x	x	x	x
Other retail stores	x	x	x	x	x
<b>Total, all stores</b>	<b>94.8</b>	<b>93.8</b>	<b>69.7</b>	<b>81.4</b>	<b>93.9</b>
<b>Nunavut</b>					
Supermarkets and grocery stores	7.7	8.5	6.9	7.7	7.3
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	x
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	x	x	x	x	x
Other clothing stores	x	x	x	x	x
Household furniture and appliance stores	x	x	x	x	x
Household furnishings stores	x	x	x	x	x
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	x	x	x	x	x
Gasoline service stations	x	x	x	x	x
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	x
General merchandise stores	x	x	x	x	x
Other semi-durable goods stores	x	x	x	x	x
Other durable goods stores	x	x	x	x	x
Other retail stores	x	x	x	x	x
<b>Total, all stores</b>	<b>46.5</b>	<b>46.2</b>	<b>41.5</b>	<b>46.3</b>	<b>43.8</b>

Tableau 3

**Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter III 2000 Trimestre III	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	
Per cent - Pourcentage					
					<b>Yukon</b>
7.2	4.4	3.2	5.4	-0.8	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
x	x	x	x	x	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour femmes
x	x	x	x	x	Autres magasins de vêtements
x	x	x	x	x	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
x	x	x	x	x	Magasins d'accessoires d'ameublement
x	x	x	x	x	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
x	x	x	x	x	Stations-service
x	x	x	x	x	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
x	x	x	x	x	Magasins de marchandises diverses
x	x	4.3	-	2.2	Autres magasins de produits semi-durables
x	x	x	x	x	Autres magasins de produits durables
x	x	x	x	x	Autres magasins de vente au détail
<b>1.0</b>	<b>6.0</b>	<b>6.4</b>	<b>5.4</b>	<b>4.8</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
					<b>Nunavut</b>
5.5	3.7	4.5			Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x			Tous les autres magasins d'alimentation
x	x	x			Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x			Magasins de chaussures
x	x	x			Magasins de vêtements pour hommes
x	x	x			Magasins de vêtements pour femmes
x	x	x			Autres magasins de vêtements
x	x	x			Magasins de meubles et d'appareils ménagers
x	x	x			Magasins d'accessoires d'ameublement
x	x	x			Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
x	x	x			Stations-service
x	x	x			Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
x	x	x			Magasins de marchandises diverses
x	x	x			Autres magasins de produits semi-durables
x	x	x			Autres magasins de produits durables
x	x	x			Autres magasins de vente au détail
<b>6.2</b>	<b>3.4</b>	<b>7.2</b>			<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter III 2000 Trimestre III	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III
Millions of dollars - Millions de dollars					
<b>Northwest Territories</b>					
Supermarkets and grocery stores	22.9	22.1	19.9	21.1	22.2
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	x
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	x	x	x	x	x
Other clothing stores	x	x	x	x	x
Household furniture and appliance stores	x	x	x	x	x
Household furnishings stores	x	x	x	x	x
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	x	20.5	x	15.7	20.9
Gasoline service stations	5.5	4.7	x	6.1	5.4
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	x
General merchandise stores	x	x	x	x	x
Other semi-durable goods stores	x	x	x	x	x
Other durable goods stores	2.3	3.0	1.9	3.1	2.4
Other retail stores	x	x	x	x	x
<b>Total, all stores</b>	<b>101.2</b>	<b>98.7</b>	<b>90.2</b>	<b>97.2</b>	<b>97.5</b>

Tableau 3

**Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter III 2000 Trimestre III	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	
Per cent - Pourcentage					
3.2	7.3	7.6			<b>Territoires du Nord-Ouest</b>
x	x	x			Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x			Tous les autres magasins d'alimentation
					Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x			Magasins de chaussures
x	x	x			Magasins de vêtements pour hommes
x	x	x			Magasins de vêtements pour femmes
x	x	x			Autres magasins de vêtements
x	x	x			Magasins de meubles et d'appareils ménagers
x	x	x			Magasins d'accessoires d'ameublement
x	6.2	x			Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
1.9	9.3	x			Stations-service
x	x	x			Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
x	x	x			Magasins de marchandises diverses
x	x	x			Autres magasins de produits semi-durables
-4.2	3.4	5.6			Autres magasins de produits durables
x	x	x			Autres magasins de vente au détail
<b>3.8</b>	<b>6.5</b>	<b>8.0</b>			<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 4

**Retail Trade Sample Response Fraction and coefficient of Variation  
(Current Periods)**

	Response fraction Fraction de réponse			
	September 2000 Septembre	August 2000 Août	July 2000 Juillet	June 2000 Juin
	Per cent - Pourcentage			
<b>Trade Group - Canada</b>				
Supermarkets and grocery stores	92.3	95.6	95.2	95.9
All other food stores	86.2	89.3	86.9	90.4
Drugs and patent medicine stores	87.9	90.8	90.5	90.9
Shoe stores	86.2	86.4	86.2	93.9
Men's clothing stores	92.2	93.3	93.3	93.2
Women's clothing stores	92.3	93.4	92.9	93.5
Other clothing stores	89.6	95.5	95.1	95.6
Household furniture and appliance stores	91.8	93.3	90.2	92.8
Household furnishings stores	83.9	87.4	86.8	88.4
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	93.9	95.6	94.4	95.4
Gasoline service stations	90.5	93.8	94.1	94.2
Automotive parts, accessories and services	90.5	92.5	91.8	93.0
General merchandise stores	97.9	97.9	99.3	99.2
Other semi-durable goods stores	86.2	88.6	88.8	89.3
Other durable goods stores	88.4	88.0	86.2	92.2
Other retail stores	90.8	93.2	93.8	94.9
<b>Total, all stores</b>	<b>92.2</b>	<b>94.4</b>	<b>93.9</b>	<b>94.9</b>
<b>Regions</b>				
Newfoundland	95.7	96.0	96.5	96.5
Prince Edward Island	91.3	94.2	95.1	94.4
Nova Scotia	95.1	95.7	96.3	96.8
New Brunswick	92.2	93.6	93.5	94.0
Quebec	90.2	94.3	93.1	95.0
Ontario	92.4	94.6	94.2	95.2
Manitoba	92.5	93.4	94.4	93.3
Saskatchewan	92.1	93.3	93.2	92.6
Alberta	92.7	94.3	93.3	93.5
British Columbia	93.8	94.1	93.9	95.4
Yukon	86.6	87.6	89.4	89.8
Northwest Territories	92.4	95.1	94.7	94.7
Nunavut	88.9	94.4	97.6	97.1



Tableau 4

**Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation  
(périodes courantes)**

		Coefficient of variation Coefficient de variation		
September 2000 Septembre	August 2000 Août	July 2000 Juillet	June 2000 Juin	
Per cent - Pourcentage				
<b>Groupe de commerce - Canada</b>				
1.8	2.0	2.1	2.0	Supermarchés d'alimentation et épiceries
6.2	6.2	6.2	6.1	Tous les autres magasins d'alimentation
2.3	2.2	2.2	2.2	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
2.8	2.7	2.8	3.1	Magasins de chaussures
3.5	3.3	3.7	3.2	Magasins de vêtements pour hommes
4.2	2.9	2.5	2.8	Magasins de vêtements pour femmes
2.7	3.0	2.2	2.1	Autres magasins de vêtements
4.1	3.7	4.3	4.3	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
4.6	4.2	4.0	3.8	Magasins d'accessoires d'ameublement
4.0	4.2	3.8	3.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
3.1	3.2	3.0	3.1	Stations-service
3.2	2.7	2.8	2.6	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
1.2	1.3	1.5	1.3	Magasins de marchandises diverses
5.0	5.4	5.8	5.2	Autres magasins de produits semi-durables
4.1	3.6	3.7	3.8	Autres magasins de produits durables
3.6	2.5	2.7	2.5	Autres magasins de vente au détail
<b>1.3</b>	<b>1.3</b>	<b>1.2</b>	<b>1.3</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Régions</b>				
5.7	5.5	4.2	5.8	Terre-Neuve
1.6	2.2	2.5	2.1	Île-du-Prince-Édouard
3.9	6.2	5.9	4.6	Nouvelle-Écosse
4.5	4.3	4.1	4.7	Nouveau-Brunswick
3.1	3.6	3.1	3.1	Québec
2.4	2.4	2.3	2.5	Ontario
2.5	2.5	2.3	2.5	Manitoba
2.5	2.4	2.6	2.4	Saskatchewan
2.9	2.7	2.8	2.8	Alberta
2.0	2.0	1.9	1.9	Colombie-Britannique
0.3	0.3	0.3	0.4	Yukon
-	-	-	-	Territoires du Nord Ouest
-	-	-	-	Nunavut

Table 5

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Historical Estimates)**

	September 2000 Septembre	August 2000 Août	July 2000 Juillet	June 2000 Juin	May 2000 Mai	April 2000 Avril	March 2000 Mars
Millions of dollars - Millions de dollars							
<b>Trade Group - Canada</b>							
Supermarkets and grocery stores	4,746.0	4,752.4	4,737.6	4,677.6	4,655.6	4,720.9	4,640.9
All other food stores	381.1	382.3	378.8	374.4	374.1	375.3	372.9
Drugs and patent medicine stores	1,153.2	1,135.5	1,143.7	1,133.5	1,123.9	1,129.2	1,109.0
Shoe stores	136.1	132.4	136.1	133.1	132.9	129.9	143.6
Men's clothing stores	130.9	132.8	134.1	132.8	131.7	126.1	132.1
Women's clothing stores	393.1	382.4	380.6	384.1	381.8	371.3	390.2
Other clothing stores	637.1	608.8	617.2	603.2	591.4	597.8	592.8
Household furniture and appliance stores	1,051.3	1,027.1	1,036.5	1,020.1	1,026.4	1,024.4	1,011.7
Household furnishings stores	241.0	236.8	242.2	231.2	233.8	231.6	229.4
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	6,404.6	6,384.2	6,294.3	6,172.6	6,048.6	5,945.0	6,114.7
Gasoline service stations	1,892.1	1,832.8	1,855.8	1,837.9	1,778.6	1,772.3	1,812.5
Automotive parts, accessories and services	1,295.0	1,331.6	1,321.1	1,280.7	1,302.7	1,240.3	1,325.6
General merchandise stores	2,588.2	2,616.0	2,656.2	2,604.5	2,570.7	2,563.9	2,536.0
Other semi-durable goods stores	729.7	738.8	751.4	732.8	719.0	712.9	726.9
Other durable goods stores	626.9	629.3	615.9	619.3	611.4	588.2	608.3
Other retail stores	1,142.9	1,133.0	1,116.7	1,113.2	1,105.2	1,093.3	1,092.8
<b>Total, all stores</b>	<b>23,549.2</b>	<b>23,456.2</b>	<b>23,418.2</b>	<b>23,051.0</b>	<b>22,787.9</b>	<b>22,622.4</b>	<b>22,839.6</b>
<b>Regions</b>							
Newfoundland	378.9	381.4	378.2	376.8	371.7	373.6	372.4
Prince Edward Island	105.3	105.1	105.3	103.4	103.1	104.6	101.2
Nova Scotia	714.3	714.6	725.0	715.4	696.4	699.6	707.2
New Brunswick	586.6	585.9	575.7	577.2	572.8	573.2	590.0
Quebec	5,396.0	5,383.1	5,398.4	5,254.7	5,172.5	5,181.4	5,307.0
Ontario	9,076.4	9,024.6	8,991.0	8,854.5	8,801.4	8,625.4	8,700.8
Manitoba	794.9	798.2	797.5	778.7	779.9	770.9	779.0
Saskatchewan	683.1	687.2	686.5	683.8	678.8	664.2	679.1
Alberta	2,721.1	2,691.4	2,702.6	2,656.7	2,630.2	2,630.8	2,605.8
British Columbia	3,016.2	3,008.5	2,982.8	2,974.6	2,905.8	2,922.3	2,918.7
Yukon	28.0	28.2	27.8	28.7	28.8	29.2	29.0
Northwest Territories	32.5	32.5	32.6	31.3	31.3	31.9	33.6
Nunavut	15.8	15.4	14.8	15.1	15.1	15.2	15.6

Tableau 5

**Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations historiques)**

February 2000 Février	January 2000 Janvier	December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	October 1999 Octobre	September 1999 Septembre	
Millions of dollars - Millions de dollars						
4,606.1	4,496.2	4,663.7	4,574.5	4,540.4	4,550.2	<b>Groupe de commerce - Canada</b>
373.6	370.5	374.4	371.1	367.3	366.7	Supermarchés d'alimentation et épiceries
1,111.1	1,121.2	1,117.5	1,130.7	1,116.3	1,117.4	Tous les autres magasins d'alimentation
						Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
137.4	137.7	136.5	128.0	137.4	129.4	Magasins de chaussures
130.6	128.1	128.0	129.1	131.3	126.3	Magasins de vêtements pour hommes
377.2	385.5	380.3	383.0	379.8	361.6	Magasins de vêtements pour femmes
579.0	586.0	562.3	557.7	567.1	552.9	Autres magasins de vêtements
987.5	998.5	970.9	945.6	976.4	940.9	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
229.7	224.7	222.1	229.6	224.0	215.6	Magasins d'accessoires d'ameublement
5,829.8	6,146.8	6,107.6	5,877.2	5,657.4	6,069.5	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
1,780.7	1,667.4	1,690.9	1,629.2	1,610.0	1,584.0	Stations-service
1,276.0	1,267.8	1,312.0	1,276.0	1,249.4	1,259.3	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
2,544.8	2,596.1	2,482.0	2,446.1	2,580.2	2,578.9	Magasins de marchandises diverses
703.1	745.1	684.6	710.1	713.4	708.8	Autres magasins de produits semi-durables
612.6	606.8	596.1	588.4	594.0	588.3	Autres magasins de produits durables
1,079.7	1,066.6	1,089.2	1,077.6	1,067.4	1,057.6	Autres magasins de vente au détail
<b>22,358.9</b>	<b>22,544.9</b>	<b>22,518.2</b>	<b>22,053.9</b>	<b>21,911.9</b>	<b>22,207.3</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
						<b>Régions</b>
362.0	364.9	360.0	358.9	354.1	358.6	Terre-Neuve
102.5	99.4	101.8	100.1	99.5	100.8	Île-du-Prince-Édouard
697.5	673.3	704.7	692.4	688.2	688.7	Nouvelle-Écosse
559.4	566.7	570.9	561.2	555.3	560.1	Nouveau-Brunswick
5,122.1	5,240.1	5,199.4	5,104.2	5,057.5	5,124.3	Québec
8,523.1	8,606.3	8,548.3	8,425.8	8,392.3	8,458.5	Ontario
776.6	769.9	778.0	755.5	738.3	775.7	Manitoba
665.9	666.4	673.5	657.7	631.7	657.0	Saskatchewan
2,572.2	2,582.0	2,577.4	2,502.7	2,497.2	2,556.9	Alberta
2,902.2	2,900.9	2,928.4	2,821.9	2,825.2	2,852.4	Colombie-Britannique
28.5	27.9	28.5	27.5	26.4	28.1	Yukon
32.2	32.3	32.8	31.2	31.8	31.5	Territoires du Nord Ouest
14.7	14.9	14.5	14.8	14.5	14.8	Nunavut

Table 6

**Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Historical Estimates)**

	September 2000 Septembre	August 2000 Août	July 2000 Juillet	June 2000 Juin	May 2000 Mai	April 2000 Avril	March 2000 Mars
Millions of dollars - Millions de dollars							
<b>Trade Group - Canada</b>							
Supermarkets and grocery stores	4,898.0	4,897.8	4,928.8	4,899.7	4,682.4	4,658.9	4,611.8
All other food stores	376.7	384.2	394.2	393.7	381.0	379.4	354.8
Drugs and patent medicine stores	1,130.1	1,126.7	1,106.2	1,123.0	1,118.6	1,078.7	1,101.3
Shoe stores	150.5	137.2	126.5	144.1	154.8	129.8	116.6
Men's clothing stores	124.7	112.9	115.8	141.8	126.9	110.8	102.1
Women's clothing stores	428.4	364.7	362.1	386.8	408.8	355.9	331.8
Other clothing stores	696.6	658.8	559.6	561.7	554.3	532.8	513.3
Household furniture and appliance stores	1,099.2	1,042.0	1,019.9	993.0	940.1	901.7	912.5
Household furnishings stores	246.9	248.3	245.4	238.6	236.1	207.5	214.4
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	6,433.0	6,680.2	6,430.5	7,376.7	7,559.6	6,370.7	6,599.5
Gasoline service stations	1,931.5	1,983.3	2,016.2	1,945.3	1,838.8	1,640.3	1,746.2
Automotive parts, accessories and services	1,264.0	1,365.9	1,392.3	1,418.8	1,482.3	1,195.0	1,201.7
General merchandise stores	2,520.0	2,564.2	2,485.3	2,540.1	2,525.8	2,361.0	2,223.6
Other semi-durable goods stores	740.8	788.3	786.1	789.1	821.6	632.7	570.0
Other durable goods stores	608.7	674.2	619.0	619.5	606.3	526.0	498.1
Other retail stores	1,180.1	1,217.1	1,233.3	1,208.9	1,119.3	1,000.0	977.7
<b>Total, all stores</b>	<b>23,829.4</b>	<b>24,245.8</b>	<b>23,821.2</b>	<b>24,780.8</b>	<b>24,557.0</b>	<b>22,081.1</b>	<b>22,075.5</b>
<b>Regions</b>							
Newfoundland	380.0	407.8	393.3	417.0	402.9	358.8	357.7
Prince Edward Island	106.6	122.5	123.3	117.2	109.4	94.6	87.6
Nova Scotia	713.0	747.5	756.2	788.9	730.1	670.8	666.9
New Brunswick	594.4	623.4	599.8	632.5	627.8	555.7	552.7
Quebec	5,437.5	5,633.4	5,524.3	5,709.5	5,798.3	5,268.4	5,199.3
Ontario	9,243.2	9,186.1	9,045.4	9,562.9	9,456.3	8,283.3	8,350.0
Manitoba	804.3	815.6	794.5	831.2	820.0	749.4	765.7
Saskatchewan	684.8	714.0	696.6	724.9	709.0	643.0	639.4
Alberta	2,741.8	2,767.0	2,718.2	2,798.7	2,798.0	2,548.9	2,531.7
British Columbia	3,046.9	3,146.3	3,086.3	3,114.0	3,024.8	2,833.7	2,847.3
Yukon	28.8	32.9	33.1	34.2	32.6	27.0	26.9
Northwest Territories	32.5	33.4	35.2	35.0	31.9	31.8	34.9
Nunavut	15.5	16.0	15.0	14.7	15.7	15.7	15.5

Tableau 6

**Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations historiques)**

February 2000 Février	January 2000 Janvier	December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	October 1999 Octobre	September 1999 Septembre	Year 2000 Année	
Millions of dollars - Millions de dollars							
<b>Groupe de commerce - Canada</b>							
4,181.9	4,313.4	5,077.3	4,305.8	4,623.8	4,540.9	42,072.5	Supermarchés d'alimentation et épiceries
332.6	321.0	473.0	348.4	366.3	357.2	3,317.7	Tous les autres magasins d'alimentation
1,043.4	1,070.6	1,415.9	1,116.4	1,115.3	1,090.7	9,898.7	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
83.3	105.5	178.1	140.1	157.1	139.3	1,148.3	Magasins de chaussures
83.9	98.7	261.0	156.1	136.4	118.6	1,017.6	Magasins de vêtements pour hommes
264.1	276.1	612.4	410.9	399.7	374.1	3,178.7	Magasins de vêtements pour femmes
394.2	424.8	969.1	618.0	614.1	585.0	4,896.2	Autres magasins de vêtements
791.8	828.9	1,454.4	1,045.9	1,010.8	959.8	8,529.2	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
185.6	171.3	281.9	260.7	233.0	219.6	1,994.2	Magasins d'accessoires d'ameublement
4,854.5	4,648.2	5,371.1	5,510.5	5,429.0	6,164.6	56,952.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
1,579.4	1,525.5	1,698.2	1,581.1	1,648.3	1,622.5	16,206.6	Stations-service
985.7	1,050.7	1,461.4	1,427.9	1,259.0	1,245.6	11,356.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
1,886.2	1,929.0	4,147.0	2,961.3	2,683.1	2,499.0	21,035.3	Magasins de marchandises diverses
503.7	537.8	1,064.1	762.6	689.4	720.2	6,170.0	Autres magasins de produits semi-durables
455.8	485.8	1,127.6	557.0	534.0	573.5	5,093.4	Autres magasins de produits durables
837.9	811.2	1,558.8	1,006.1	1,064.1	1,050.7	9,585.5	Autres magasins de vente au détail
<b>18,463.9</b>	<b>18,598.5</b>	<b>27,151.3</b>	<b>22,208.9</b>	<b>21,963.3</b>	<b>22,261.4</b>	<b>202,453.2</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Régions</b>							
285.5	280.8	435.7	376.5	352.8	354.6	3,283.9	Terre-Neuve
78.0	75.4	121.2	97.7	97.2	101.7	914.7	Île-du-Prince-Édouard
577.2	552.7	857.9	708.8	684.8	680.5	6,203.2	Nouvelle-Écosse
444.5	443.4	683.1	569.5	560.7	559.5	5,074.1	Nouveau-Brunswick
4,184.5	4,250.7	5,883.1	5,042.7	5,081.5	5,158.3	47,005.8	Québec
7,013.7	7,055.5	10,609.3	8,627.0	8,368.3	8,521.3	77,196.3	Ontario
648.6	641.8	963.3	760.2	755.2	775.1	6,871.2	Manitoba
548.6	564.5	819.7	667.2	662.4	651.3	5,924.9	Saskatchewan
2,124.4	2,179.4	3,167.7	2,533.8	2,518.7	2,531.9	23,208.1	Alberta
2,496.7	2,492.4	3,524.4	2,757.6	2,810.8	2,852.2	26,088.5	Colombie-Britannique
21.2	21.6	31.3	25.0	25.1	29.0	258.3	Yukon
28.0	27.3	37.4	28.5	31.2	31.7	290.1	Territoires du Nord Ouest
13.1	13.0	17.3	14.2	14.8	14.3	134.1	Nunavut



Table 7

**Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region  
(Current Periods)**

	Sales Ventes				
	September 2000 Septembre	August 2000 Août	July 2000 Juillet	June 2000 Juin	Year-to-date 2000 Cumulatif
Millions of dollars - Millions de dollars					
<b>Regions</b>					
Newfoundland	112.5	118.5	107.9	108.9	899.5
Prince Edward Island	32.8	39.0	36.7	32.6	261.7
Nova Scotia	212.4	216.5	209.1	212.9	1,743.3
New Brunswick	169.6	171.9	157.1	161.8	1,350.2
Quebec	1,694.0	1,681.8	1,666.9	1,717.8	13,931.8
Ontario	3,166.5	3,100.0	2,979.2	3,026.1	25,357.1
Manitoba	226.3	237.0	224.0	229.7	1,923.6
Saskatchewan	209.9	218.2	202.5	214.2	1,779.6
Alberta	860.2	872.4	815.9	817.7	6,994.2
British Columbia	1,030.6	1,029.0	994.1	984.1	8,449.4
Yukon	6.5	7.8	7.6	7.1	57.1
Northwest Territories	12.2	12.2	12.7	13.3	106.5
Nunavut	12.6	13.0	12.1	11.7	107.7
<b>Total</b>	<b>7,746.0</b>	<b>7,717.2</b>	<b>7,425.8</b>	<b>7,537.8</b>	<b>62,961.5</b>

Table 8

**Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region  
(Historical Estimates)**

	September 2000 Septembre	August 2000 Août	July 2000 Juillet	June 2000 Juin	May 2000 Mai	April 2000 Avril	March 2000 Mars
	September 2000 Septembre	August 2000 Août	July 2000 Juillet	June 2000 Juin	May 2000 Mai	April 2000 Avril	March 2000 Mars
Millions of dollars - Millions de dollars							
<b>Regions</b>							
Newfoundland	112.5	118.5	107.9	108.9	103.4	99.8	92.4
Prince Edward Island	32.8	39.0	36.7	32.6	28.8	26.4	24.1
Nova Scotia	212.4	216.5	209.1	212.9	198.2	193.0	185.8
New Brunswick	169.6	171.9	157.1	161.8	159.5	147.2	141.4
Quebec	1,694.0	1,681.8	1,666.9	1,717.8	1,701.2	1,541.3	1,425.1
Ontario	3,166.5	3,100.0	2,979.2	3,026.1	3,051.7	2,702.5	2,634.0
Manitoba	226.3	237.0	224.0	229.7	228.3	213.7	209.5
Saskatchewan	209.9	218.2	202.5	214.2	211.9	194.3	187.3
Alberta	860.2	872.4	815.9	817.7	807.6	768.1	747.7
British Columbia	1,030.6	1,029.0	994.1	984.1	971.5	920.8	905.8
Yukon	6.5	7.8	7.6	7.1	6.5	5.8	6.2
Northwest Territories	12.2	12.2	12.7	13.3	12.6	11.6	12.0
Nunavut	12.6	13.0	12.1	11.7	12.3	12.5	12.5
<b>Total</b>	<b>7,746.0</b>	<b>7,717.2</b>	<b>7,425.8</b>	<b>7,537.8</b>	<b>7,493.5</b>	<b>6,836.9</b>	<b>6,583.8</b>

Tableau 7

**Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					
September 2000 Septembre	August 2000 Août	July 2000 Juillet	June 2000 Juin	Year-to-date 2000 Cumulatif	
Per cent - Pourcentage					
					Régions
2.0	10.6	4.1	8.5	5.2	Terre-Neuve
5.8	7.1	2.2	5.8	6.3	Île-du-Prince-Édouard
3.1	0.3	2.7	7.8	3.7	Nouvelle-Écosse
7.1	5.6	1.6	8.1	6.3	Nouveau-Brunswick
7.9	6.4	3.4	9.0	5.4	Québec
7.1	5.3	3.7	5.7	5.8	Ontario
1.9	4.2	1.9	5.8	3.9	Manitoba
4.6	4.7	0.1	5.3	4.2	Saskatchewan
7.4	6.5	4.6	6.5	6.6	Alberta
3.6	5.1	2.3	5.5	3.9	Colombie-Britannique
-3.0	2.6	1.3	1.4	7.1	Yukon
1.7	5.2	5.8	3.1	3.9	Territoires du Nord Ouest
7.7	6.6	1.7	2.6	5.5	Nunavut
<b>6.4</b>	<b>5.5</b>	<b>3.3</b>	<b>6.6</b>	<b>5.4</b>	<b>Total</b>

Tableau 8

**Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)**

February 2000 Février	January 2000 Janvier	December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	October 1999 Octobre	September 1999 Septembre	Year 2000 Année	
Millions of dollars - Millions de dollars							
							Régions
77.8	78.3	182.8	147.7	119.9	110.3	899.5	Terre-Neuve
21.2	20.1	48.5	33.6	29.8	31.0	261.7	Île-du-Prince-Édouard
160.5	154.9	360.3	261.2	221.3	206.1	1,743.3	Nouvelle-Écosse
120.6	121.1	267.6	198.6	171.0	158.4	1,350.2	Nouveau-Brunswick
1,199.7	1,304.0	2,305.6	1,665.7	1,668.5	1,569.3	13,931.8	Québec
2,303.4	2,393.7	4,712.8	3,283.3	3,064.5	2,956.4	25,357.1	Ontario
177.2	177.9	374.1	250.8	235.9	222.1	1,923.6	Manitoba
167.6	173.7	332.9	232.5	220.1	200.6	1,779.6	Saskatchewan
645.1	659.5	1,317.2	888.1	820.9	800.8	6,994.2	Alberta
793.3	820.2	1,569.5	1,037.5	990.4	994.7	8,449.4	Colombie-Britannique
4.8	4.8	9.3	6.4	6.1	6.7	57.1	Yukon
10.3	9.6	16.8	12.0	12.5	12.0	106.5	Territoires du Nord Ouest
10.5	10.5	14.1	11.6	12.0	11.7	107.7	Nunavut
<b>5,692.0</b>	<b>5,928.5</b>	<b>11,511.5</b>	<b>8,029.1</b>	<b>7,572.8</b>	<b>7,280.0</b>	<b>62,961.5</b>	<b>Total</b>

Table 9

## Retail Sales, Canada, Current and Constant (1992) Dollar Estimates

	Price Index	Current Dollars	Unadjusted Non désaisonnalisé		Constant 1992 dollars Dollars constants 1992	Year to year per cent change Variation en pourcentage pour l'année
			Year to year per cent change Variation en pourcentage pour l'année			
	Indice des prix	Dollars courants				
		Millions \$	%	Millions \$		%
<b>1998</b>						
January	107.6	17,223.5	4.8	16,010.9		3.9
February	107.7	16,271.3	4.2	15,108.5		4.0
March	108.7	18,738.1	6.1	17,240.8		5.6
April	108.6	20,804.2	5.1	19,156.7		5.1
May	108.9	22,336.2	2.9	20,512.7		2.5
June	108.8	21,643.7	4.8	19,884.0		4.1
July	107.8	21,696.9	4.7	20,129.8		4.4
August	107.3	20,608.3	1.9	19,207.8		2.0
September	107.6	20,660.5	5.0	19,193.2		4.7
October	107.6	21,078.5	2.1	19,596.3		2.3
November	107.7	20,716.2	2.6	19,243.8		2.4
December	106.1	24,863.5	1.4	23,430.1		1.7
<b>Year</b>	<b>107.9</b>	<b>246,641.0</b>	<b>3.8</b>	<b>228,714.6</b>		<b>3.6</b>
<b>1999</b>						
January	107.9	17,724.5	2.9	16,422.5		2.6
February	108.2	16,936.5	4.1	15,658.8		3.6
March	110.0	20,169.7	7.6	18,335.5		6.3
April	110.4	21,552.2	3.6	19,522.8		1.9
May	110.4	22,659.2	1.4	20,530.3		0.1
June	110.4	22,892.8	5.8	20,728.0		4.2
July	109.9	23,002.3	6.0	20,933.3		4.0
August	110.0	22,168.4	7.6	20,150.1		4.9
September	110.6	22,261.4	7.7	20,125.9		4.9
October	110.2	21,963.3	4.2	19,933.4		1.7
November	110.1	22,208.9	7.2	20,162.6		4.8
December	108.8	27,151.3	9.2	24,949.9		6.5
<b>Year</b>	<b>109.7</b>	<b>260,690.7</b>	<b>5.6</b>	<b>237,453.1</b>		<b>3.8</b>
<b>2000</b>						
January	110.1	18,598.5	4.9	16,896.6		2.9
February	110.7	18,463.9	9.0	16,677.7		6.5
March	112.4	22,075.5	9.4	19,632.4		7.1
April	111.4	22,081.1	2.5	19,829.6		1.6
May	111.8	24,557.0	8.4	21,965.4		7.0
June	112.3	24,780.8	8.2	22,057.3		6.4
July	111.6	23,821.2	3.6	21,351.6		2.0
August	111.4	24,245.8	9.4	21,767.1		8.0
September	111.9	23,829.4	7.0	21,302.6		5.8
October						
November						
December						
<b>Year</b>						

1. Seasonally adjusted constant (1992) dollar estimates are derived by deflating, with an implicit price index, the seasonally adjusted current dollar estimate.

Tableau 9

## Commerce de détail, Canada, estimations en dollars courants et constants (1992)

Price Index Indice des prix	Current Dollars Dollars courants	Seasonally adjusted Désaisonnalisé		Constant 1992 dollars <sup>1</sup> Dollars constants 1992 <sup>1</sup>	Month to month per cent change Variation en pourcentage pour le mois	
		Month to month per cent change Variation en pourcentage pour le mois				
	Millions \$	%	Millions \$	%		
107.7	20,053.5	-3.8	18,617.3	-3.1		<b>1998</b>
107.5	20,348.0	1.5	18,926.9	1.7		Janvier
107.5	20,338.8	0.0	18,923.0	0.0		Février
						Mars
107.5	20,727.2	1.9	19,274.8	1.9		Avril
107.9	20,690.3	-0.2	19,170.9	-0.5		Mai
108.0	20,455.0	-1.1	18,931.5	-1.2		Juin
107.8	20,625.3	0.8	19,138.1	1.1		Juillet
107.7	20,560.3	-0.3	19,086.2	-0.3		Août
108.0	20,744.9	0.9	19,202.0	0.6		Septembre
107.9	20,578.6	-0.8	19,068.4	-0.7		Octobre
108.1	20,827.8	1.2	19,269.9	1.1		Novembre
107.9	20,691.3	-0.7	19,174.7	-0.5		Décembre
<b>107.8</b>	<b>246,641.0</b>	<b>...</b>	<b>228,783.7</b>	<b>...</b>		<b>Année</b>
						<b>1999</b>
108.2	21,100.2	2.0	19,507.9	1.7		Janvier
108.1	21,231.3	0.6	19,644.7	0.7		Février
108.7	21,397.1	0.8	19,690.2	0.2		Mars
109.3	21,353.8	-0.2	19,536.4	-0.8		Avril
109.4	21,349.1	0.0	19,507.8	-0.1		Mai
109.5	21,538.6	0.9	19,662.6	0.8		Juin
109.9	21,871.9	1.5	19,906.4	1.2		Juillet
110.4	22,157.5	1.3	20,065.2	0.8		Août
110.9	22,207.3	0.2	20,022.4	-0.2		Septembre
110.6	21,911.9	-1.3	19,818.4	-1.0		Octobre
110.6	22,053.9	0.6	19,944.3	0.6		Novembre
111.0	22,518.2	2.1	20,283.4	1.7		Décembre
<b>109.7</b>	<b>260,690.7</b>	<b>...</b>	<b>237,589.7</b>	<b>...</b>		<b>Année</b>
						<b>2000</b>
110.0	22,544.9	0.1	20,503.0	1.1		Janvier
110.3	22,358.9	-0.8	20,275.5	-1.1		Février
111.2	22,839.6	2.2	20,541.9	1.3		Mars
110.5	22,622.4	-1.0	20,476.8	-0.3		Avril
111.0	22,787.9	0.7	20,529.3	0.3		Mai
111.5	23,051.0	1.2	20,673.1	0.7		Juin
111.5	23,418.2	1.6	21,005.9	1.6		Juillet
111.6	23,456.2	0.2	21,020.1	0.1		Août
112.0	23,549.2	0.4	21,026.3	0.0		Septembre
						Octobre
						Novembre
						Décembre
						<b>Année</b>

1. La désaisonnalisation des estimations en dollars constants (1992) s'obtient en dégonflant avec un indice implicite, les données désaisonnalisées en dollars courants.





## APPENDIX I

### Définitions

**Retail Trade**, for the purpose of this publication, is defined as "the aggregate sales made through retail locations (outlets)".

A **retail location**, as defined by Statistics Canada, is a "business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public, for household or personal consumption". Retail trade estimates do **not** include any form of direct selling which bypasses the retail store, e.g., direct door-to-door selling; sales made through automatic vending machines; sales of newspapers or magazines sold directly by printers or publishers; and sales made by book and record clubs. The only exception is the mail-order and catalogue sales activities of department store businesses which have been classified to the "general merchandise store" category. In addition, retail trade excludes retail sales through ancillary units, (e.g., warehouses, head offices, etc.), sales of contractors whose major activity is not retailing; and retail transactions between individuals.

**Total net sales** include sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, food serving and other service activities, **less** returns, adjustments and discounts. Total net sales also include trade-in allowances, commissions earned from sales of goods owned by others (including commissions received for lottery ticket sales) and proprietor's withdrawals of goods for personal use (at retail). Non-operating revenues, bad debts recovered and sales taxes (provincial sales taxes, the Goods and Services Tax (GST) and the Harmonized Sales Tax (HST)) collected for remittance to a government agency are excluded. Prior to January 1991, sales data included the Federal Sales Tax (FST). Due to this change in indirect taxes, data prior to 1991 are not strictly comparable with those of subsequent years. For users interested in deriving comparable data, an estimate of the amount of FST included in retail sales for 1990 is available for Canada from the Retail Trade Section. The reliability of this estimate does not permit adjustments at the provincial level.

**Department store type merchandise (DSTM)** is defined as total retail trade minus the following trade groups: super-markets and grocery stores; all other food stores; recreational and motor vehicle dealers; gasoline service stations; automotive parts, accessories and services; and all other retail stores (includes liquor, wine and beer stores and retail stores, n.e.c.).

## ANNEXE I

### Définitions

**Commerce de détail** signifie, pour les besoins de la présente publication, « l'ensemble des ventes effectuées par des points de vente au détail ».

Un **point de vente au détail**, suivant la définition de Statistique Canada, est un « local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et de services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle ». Les estimations relatives au commerce de détail **ne prennent pas** en compte les ventes directes, c'est-à-dire les ventes qui ne sont pas effectuées par l'intermédiaire d'un point de vente au détail, par exemple les ventes directes par démarchage, les ventes par distributeur automatique, les ventes de journaux ou de revues effectuées directement par les imprimeurs et les éditeurs, et les ventes effectuées par les clubs de livres et les clubs de disques. Il n'y a qu'une exception: les ventes des grands magasins effectuées par la poste ou par catalogue, qui sont classées dans la catégorie des « magasins de marchandises diverses ». En outre, le commerce de détail ne comprend pas les ventes au détail des unités auxiliaires (par exemple, entrepôts, sièges sociaux, etc.), ni les ventes des entrepreneurs dont l'activité principale ne relève pas du commerce de détail, ni les opérations de vente au détail entre particuliers.

**Les ventes nettes totales** comprennent les ventes de marchandises neuves et d'occasion et les recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres activités de services, **moins** la valeur des rendus (marchandises retournées), les ajustements et les rabais. Les ventes totales nettes comprennent également la valeur des reprises, les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui (y compris les commissions touchées pour la vente de billets de loterie) et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel. On ne prend pas en compte les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente (les taxes de vente provinciale, la taxe sur les produits et les services (TPS) et la taxe de vente harmonisée (TVH)) perçues pour le compte d'un organisme public. Les données sur les ventes antérieures à janvier 1991 incluent la taxe de vente fédérale (TVF). Dû à ce changement dans les taxes indirectes, les données avant 1991 ne sont pas tout à fait comparables avec celles des années subséquentes. Pour les utilisateurs intéressés à calculer des données comparables, une estimation du montant de la TVF inclus dans les ventes au détail pour 1990 est disponible pour le Canada auprès de la Section du commerce de détail. Cette estimation n'est pas suffisamment fiable pour permettre des ajustements au niveau provincial.

**Les marchandises du genre de celles vendues dans les grands magasins (MGGM)** correspondent au total du commerce de détail moins les groupes de commerce suivants: les supermarchés d'alimentation et les épiceries; tous les autres magasins d'alimentation; les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs; les stations-service; les magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services; et les autres magasins de vente au détail (comprend les magasins de spiritueux, de vin et de bière et les magasins de vente au détail, n.c.a.).

**APPENDIX II****Trade Group Coverage****010 Supermarkets and Grocery Stores**

- 6011 Supermarkets
- 6012 Grocery stores(except supermarkets)

**020 All Other Food Stores**

- 6013 Bakery products stores
- 6014 Candy and nut stores
- 6015 Fruit and vegetable stores
- 6016 Meat markets
- 6019 Other specialty food stores, n.e.c.

**030 Drugs and Patent Medicine Stores**

- 6031 Pharmacies
- 6032 Patent medicine and toiletries stores

**040 Shoe Stores**

- 6111 Shoe stores

**050 Men's Clothing Stores**

- 6121 Men's clothing stores

**060 Women's Clothing Stores**

- 6131 Women's clothing stores

**070 Other Clothing Stores**

- 6141 Children's clothing stores
- 6142 Fur goods stores
- 6149 Other clothing stores, n.e.c.
- 6151 Fabric and yarn stores

**080 Household Furniture and Appliance Stores**

- 6211 Household furniture stores (with appliances and furnishings)
- 6212 Household furniture stores (without appliances and furnishings)
- 6213 Furniture refinishing and repair shops
- 6221 Appliance, television, radio and stereo stores
- 6222 Television, radio and stereo stores
- 6223 Appliance, television, radio and stereo repair shops

**090 Household Furnishings Stores**

- 6231 Floor covering stores
- 6232 Drapery stores
- 6239 Other household furnishings stores

**ANNEXE II****Couverture des groupes de commerce****010 Supermarchés d'alimentation et épiceries**

- 6011 Supermarchés d'alimentation
- 6012 Épiceries (sauf les supermarchés)

**020 Tous les autres magasins d'alimentation**

- 6013 Boulangeries-pâtisseries
- 6014 Confiseries et magasins de noix
- 6015 Magasins de fruits et légumes
- 6016 Marchés de viande
- 6019 Autres magasins d'alimentation spécialisés, n.c.a.

**030 Pharmacies et magasins de médicaments brevetés**

- 6031 Pharmacies
- 6032 Magasins de médicaments brevetés et de produits de toilette

**040 Magasins de chaussures**

- 6111 Magasins de chaussures

**050 Magasins de vêtements pour hommes**

- 6121 Magasins de vêtements pour hommes

**060 Magasins de vêtements pour dames**

- 6131 Magasins de vêtements pour dames

**070 Autres magasins de vêtements**

- 6141 Magasins de vêtements pour enfants
- 6142 Magasins de fourrures
- 6149 Autres magasins de vêtements, n.c.a.
- 6151 Magasins de tissus et de filés

**080 Magasins de meubles et d'appareils ménagers**

- 6211 Magasins de meubles de maison (avec appareils ménagers et accessoires d'ameublement)
- 6212 Magasins de meubles de maison (sans appareils ménagers ni accessoires d'ameublement)
- 6213 Ateliers de réparation de meubles
- 6221 Magasins d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
- 6222 Magasins de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
- 6223 Ateliers de réparation d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques

**090 Magasins d'accessoires d'ameublement**

- 6231 Magasins de revêtements de sol
- 6232 Magasins de tentures
- 6239 Autres magasins d'accessoires d'ameublement

**100 Motor and Recreational Vehicle Dealers**

6311	Automobile (new) dealers
6312	Automobile (used) dealers
6321	Motor home and travel trailer dealers
6322	Boats, outboard motors and boating accessories dealers
6323	Motorcycle and snowmobile dealers
6329	Other recreational vehicle dealers

**110 Gasoline Service Stations**

6331	Gasoline service stations
------	---------------------------

**120 Automotive Parts, Accessories and Services**

6341	Home and auto supply stores
6342	Tire, battery, parts and accessories stores
6351	Garages (general repairs)
6352	Paint and body repair shops
6353	Muffler replacement shops
6354	Motor vehicle glass replacement shops
6355	Motor vehicle transmission repair and replacement shops
6359	Other motor vehicle repair shops
6391	Car washes
6399	Other motor vehicle services, n.e.c.

**130 General Merchandise Stores**

6411	Department stores
6412	General stores
6413	Other general merchandise stores (variety and general merchandise stores)

**140 Other Semi-Durable Goods Stores**

6511	Book and stationery stores
6521	Florist shops
6522	Lawn and garden centres
6531	Hardware stores
6532	Paint, glass and wallpaper stores
6581	Toy and hobby stores
6582	Gift, novelty and souvenir stores

**150 Other Durable Goods Stores**

6541	Sporting goods stores
6542	Bicycle shops
6551	Musical instrument stores
6552	Record and tape stores
6561	Jewellery stores
6562	Watch and jewellery repair shops
6571	Camera and photographic supply stores

**100 Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs**

6311	Concessionnaires d'automobiles neuves
6312	Concessionnaires d'automobiles d'occasion
6321	Marchands de roulottes motorisées et de roulottes de voyage
6322	Marchands de bateaux, de moteurs hors-bord et d'accessoires pour bateaux
6323	Marchands de motocyclettes et de motoneiges
6329	Autres marchands de véhicules de loisir

**110 Stations-service**

6331	Stations-service
------	------------------

**120 Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services**

6341	Magasins de fournitures pour la maison et pour l'automobile
6342	Magasins de pneus, d'accumulateurs, de pièces et d'accessoires
6351	Garages (réparations générales)
6352	Ateliers de peinture et de carrosserie
6353	Ateliers de remplacement de silencieux
6354	Ateliers de remplacement de glaces pour véhicules automobiles
6355	Ateliers de réparation et de remplacement de boîtes de vitesse de véhicules automobiles
6359	Autres ateliers de réparation de véhicules automobiles
6391	Lave-autos
6399	Autres services pour véhicules automobiles, n.e.c.a.

**130 Magasins de marchandises diverses**

6411	Magasins à rayons
6412	Magasins généraux
6413	Autres magasins de marchandises diverses (bazars et magasins de marchandises diverses)

**140 Autres magasins de produits semi-durables**

6511	Librairies et papeteries
6521	Fleuristes
6522	Centres de jardinage
6531	Quincailleries
6532	Magasins de peinture, de vitre et de papier peint
6581	Magasins de jouets et d'articles de loisir
6582	Magasins de cadeaux, d'articles de fantaisie et de souvenirs

**150 Autres magasins de produits durables**

6541	Magasins d'articles de sport
6542	Magasins de bicyclettes
6551	Magasins d'instruments de musique
6552	Magasins de disques et de bandes magnétiques
6561	Bijouteries
6562	Ateliers de réparation de montres et de bijoux
6571	Magasins d'appareils et de fournitures photographiques

**160 Other Retail Stores**

6021	Liquor stores
6022	Wine stores
6023	Beer stores
6591	Second-hand merchandise stores, n.e.c.
6592	Opticians' shops
6593	Art galleries and artists' supply stores
6594	Luggage and leather goods stores
6595	Monument and tombstone dealers
6596	Pet stores
6597	Coin and stamp dealers
6598	Mobile home dealers
6599	Other retail stores, n.e.c.

**160 Autres magasins de vente au détail**

6021	Magasins de spiritueux
6022	Magasins de vin
6023	Magasins de bière
6591	Magasins de marchandises d'occasion, n.c.a.
6592	Opticiens
6593	Galleries d'art et magasins de fournitures pour artistes
6594	Magasins de bagages et de maroquinerie
6595	Magasins de monuments funéraires et de pierres tombales
6596	Magasins d'animaux de maison
6597	Marchands de pièces de monnaie et de timbres
6598	Marchands de maisons mobiles
6599	Autres magasins de vente au détail, n.c.a.





# ORDER FORM

Statistics Canada

## TO ORDER:



MAIL

Statistics Canada  
Dissemination Division  
Circulation Management  
120 Parkdale Avenue  
Ottawa, Ontario  
K1A 0T6 Canada



PHONE  
1 800 267-6677  
(613) 951-7277



FAX  
1 877 287-4369  
(613) 951-1584



E-MAIL: [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca)

(Please print)



1 800 363-7629  
Telecommunication Device  
for the Hearing Impaired

Company \_\_\_\_\_

Department \_\_\_\_\_

Attention \_\_\_\_\_ Title \_\_\_\_\_

Address \_\_\_\_\_

City \_\_\_\_\_ Province \_\_\_\_\_

Postal Code \_\_\_\_\_ Phone \_\_\_\_\_ Fax \_\_\_\_\_

E-mail Address: \_\_\_\_\_

Your personal information is protected by the *Privacy Act*.<sup>\*\*</sup>

## METHOD OF PAYMENT:

(Check only one)

☐ Please charge my: ☐ VISA ☐ MasterCard

Card Number \_\_\_\_\_

Expiry Date \_\_\_\_\_

Cardholder (please print) \_\_\_\_\_

Signature \_\_\_\_\_

☐ Payment enclosed \$ \_\_\_\_\_  
(payable to the Receiver General for Canada)

☐ Purchase Order Number \_\_\_\_\_  
(please enclose)

Authorized Signature \_\_\_\_\_

Catalogue Number	Title	Date of issue(s) or indicate an "S" for subscription(s)	Price (All prices exclude sales tax)	*Shipping Charges (Applicable to shipments sent outside Canada)	Quantity	Total \$

<b>▶</b> *Shipping charges: No shipping charges for delivery in Canada. For shipments to the United States, please add \$6 per issue or item ordered. For shipments to other countries, please add \$10 per issue or item ordered. Annual frequency = 1. Quarterly frequency = 4. Monthly frequency = 12.	<b>SUBTOTAL</b>
<b>▶</b> Canadian clients add <b>either</b> 7% GST and applicable PST or HST (GST Registration No. R121491807).	<b>GST (7%)</b>
<b>▶</b> Clients outside Canada pay in Canadian dollars drawn on a Canadian bank or pay in equivalent US dollars, converted at the prevailing daily exchange rate, drawn on a US bank.	<b>Applicable PST</b>
<b>▶</b> Statistics Canada is FIS-ready. Federal government departments and agencies must include with all orders their IS Organization Code _____ and IS Reference Code _____.	<b>Applicable HST (N.S., N.B., Nfld.)</b>
<b>▶</b> ** Statistics Canada will only use your information to complete this sales transaction, deliver your product(s), and administer your account. From time to time, we may also offer you other Statistics Canada products and services and conduct market research. If you do not wish to be contacted again for promotional purposes <input type="checkbox"/> and/or market research, <input type="checkbox"/> check as appropriate and fax or mail this page to us, call 1 800 700-1033 or e-mail <a href="mailto:order@statcan.ca">order@statcan.ca</a> .	<b>GRAND TOTAL</b>
	<b>PF099000</b>

## THANK YOU FOR YOUR ORDER!

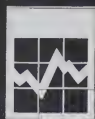


Statistics Canada  
Statistique Canada

[www.statcan.ca](http://www.statcan.ca)

Canada





# BON DE COMMANDE

Statistique Canada

## POUR COMMANDER :



COURRIER

Statistique Canada  
Division de la diffusion  
Gestion de la circulation  
120, avenue Parkdale  
Ottawa (Ontario)  
K1A 0T6 Canada



TÉLÉPHONE

1 800 267-6677  
(613) 951-7277



TÉLÉCOPIEUR

1 877 287-4369  
(613) 951-1584



COURRIEL : [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca)



1 800 363-7629

Appareils de télécommunications  
pour les malentendants

(Veuillez écrire en majuscules)

Compagnie

Service

À l'attention de

Fonction

Adresse

Ville

Province

Code postal

Téléphone

Télécopieur

Courriel :

**Vos renseignements personnels sont protégés par la Loi sur la protection des renseignements personnels.\*\***

## MODALITÉS DE PAIEMENT :

(Cochez une seule case)

☐ Veuillez débiter mon compte ☐ VISA ☐ MasterCard

N° de carte

Date d'expiration

Détenteur de carte (en majuscules s.v.p.)

Signature

☐ Paiement inclus \$ (à l'ordre du Receveur général du Canada)

☐ N° du bon  
de commande  
(veuillez joindre le bon)

Signature de la personne autorisée

Numéro au catalogue	Titre	Édition(s) demandée(s) ou inscrire « A » pour les abonnements	Prix (Les prix n'incluent pas la taxe de vente)	*Frais de port (Pour les envois à l'extérieur du Canada)	Quantité	Total \$

\*Frais de port : Aucuns frais pour les envois au Canada. Pour les envois à destination des États-Unis, veuillez ajouter 6 \$ pour chaque numéro ou article commandé. Pour les envois à destination des autres pays, veuillez ajouter 10 \$ pour chaque numéro ou article commandé. Fréquence des parutions : publication annuelle = 1; publication trimestrielle = 4; publication mensuelle = 12.

Les clients canadiens ajoutent soit la TPS de 7 % et la TVP en vigueur, soit la TVH (TPS numéro R121491807).

Les clients de l'étranger paient en dollars canadiens tirés sur une banque canadienne ou en dollars US tirés sur une banque américaine selon le taux de change quotidien en vigueur.

Statistique Canada utilise la SIF. Les ministères et les organismes du gouvernement fédéral doivent indiquer sur toutes les commandes leur code d'organisme RI et leur code de référence RI.

\*\* Statistique Canada utilisera les renseignements qui vous concernent seulement pour effectuer la présente transaction, livrer votre (vos) produit(s) et gérer votre compte. Nous pourrions de temps à autre vous informer au sujet d'autres produits et services de Statistique Canada et mener des études de marché. Si vous ne voulez pas qu'on communique avec vous de nouveau pour des promotions ou des études de marché, cochez la case correspondante et faites-nous parvenir cette page par télécopieur ou par la poste, téléphonez-nous au 1 800 700-1033 ou envoyez un courriel à [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca).

TOTAL

TPS (7 %)

TVP en vigueur

TVH en vigueur  
(N.-É., N.-B., T.-N.)

TOTAL GÉNÉRAL

PF099000

## MERCI DE VOTRE COMMANDE!



Statistique Canada  
Statistics Canada

[www.statcan.ca](http://www.statcan.ca)

Canada

# What if...

# Que diriez-vous...

**WHAT IF** there were a place that could save you and your business time and money by offering a consolidated area with the latest in Canadian statistics?

**WHAT IF** there were a place that offered accessible and reliable data on an assortment of current hot topics on Canadian social and economic themes?

**WHAT IF** there were a place where analysis experts that know your markets could provide you with advice and customized data at your fingertips?

**WHAT IF** there were such a place?

**THERE IS SUCH A PLACE.**

**www.statcan.ca**  
**BUILT FOR BUSINESS**

The official source of Canadian statistics  
All the time — All in one place

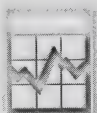
**QUE DIRIEZ-VOUS** de trouver au même endroit tout ce qu'il y a de plus récent en statistiques canadiennes et, du même coup, de réaliser une économie de temps et d'argent pour vous et votre entreprise?

**QUE DIRIEZ-VOUS** d'un endroit où seraient mises à votre portée des données fiables sur tout un éventail de sujets brûlants d'actualité du domaine social et économique canadien?

**QUE DIRIEZ-VOUS** d'un endroit où, en appuyant simplement sur quelques touches, vous auriez accès à des conseils et des données sur mesure, fournis par des analystes bien au courant des marchés auxquels vous vous intéressez?

**QUE DIRIEZ-VOUS** si un tel endroit existait?

**EH BIEN, IL EXISTE!**



**www.statcan.ca**  
**CONÇU POUR LES AFFAIRES**

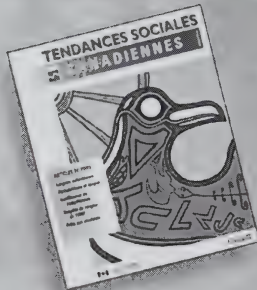
La source officielle de statistiques canadiennes  
en un endroit et en tout temps



# Canadians in the spotlight



# Pleins feux sur les Canadiens



**S**ociety is changing rapidly. It's a constant challenge for you to stay informed about the important social issues and trends affecting us all. **Canadian Social Trends** helps you meet that challenge successfully by bringing you dynamic and invaluable social analysis in a clear, concise and highly readable format.

Each issue of this popular Statistics Canada quarterly brings key elements of Canadian life into the spotlight — labour markets, immigration, evolving family structure, standard of living. The easy-to-read articles draw from a wide range of demographic, social and economic data sources. Tables and charts highlight key points. A Social Indicators table tracks change.

Social science professionals, researchers, business and policy analysts, educators, students and the general public rely on **Canadian Social Trends**. Subscribing today will help you keep abreast of change, evaluate social conditions, plan programs or services, and much more!

Visit the "In-Depth" section of our Web site at [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca) to view some recent articles.

## Subscribe today! You won't want to miss a single issue!

Only \$36 annually! In Canada, please add either GST and applicable PST or HST. Shipping charges: No shipping charges for delivery in Canada. For shipments to the United States, please add \$24. For shipments to other countries, please add \$40. To order **Canadian Social Trends** (Cat. No. 11-008-XPE), write to Statistics Canada, Dissemination Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6, Canada, or contact the nearest Statistics Canada Regional Reference Centre listed in this publication. If more convenient, fax your order to 1 877 287-4369, call 1 800 267-6677 or send an e-mail to [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca). Subscribe on our Web site to the downloadable version of **Canadian Social Trends** (Cat. No. 11-008-XIE) for only \$27 (plus taxes, where applicable). URL: [www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/feepub.cgi](http://www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/feepub.cgi)

**L**a société évolue rapidement. Et vous devez constamment chercher à demeurer au fait des questions et des tendances sociales importantes qui touchent chacun de nous. **Tendances sociales canadiennes** vous aide à relever ce défi avec succès en vous présentant une analyse sociale à la fois dynamique et d'une valeur inestimable dans un texte clair, concis et fort compréhensible.

Chaque numéro de ce populaire trimestriel de Statistique Canada s'intéresse à des éléments clés de la vie canadienne tels que : marchés du travail, immigration, structure familiale en évolution, niveau de vie. De lecture facile, les articles qu'on y trouve puisent dans une foule de sources de données démographiques, sociales et économiques. Des tableaux et des graphiques en illustrent les points saillants. Un tableau des indicateurs sociaux permet de suivre l'évolution des choses.

Les professionnels des sciences sociales, les chercheurs, les analystes du monde des affaires et des politiques, les enseignants, les étudiants et le grand public se fient à **Tendances sociales canadiennes**. Vous abonner aujourd'hui vous aidera à rester à la fine pointe du changement, à évaluer la conjoncture sociale, à planifier des programmes ou des services, et plus encore!

Visitez la section « En profondeur » de notre site Web à [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca) pour consulter certains des articles publiés récemment.

## Abonnez-vous aujourd'hui! Vous ne saurez vous passer d'un seul numéro!

Seulement 36 \$ par année! Au Canada, veuillez ajouter soit la TPS et la TVP en vigueur, soit la TVH. Frais de port : Aucuns frais pour les envois au Canada. Pour les envois à destination des États-Unis, veuillez ajouter 24 \$. Pour les envois à destination des autres pays, veuillez ajouter 40 \$. Pour commander **Tendances sociales canadiennes** (n° 11-008-XPF au cat.), écrivez à Statistique Canada, Division de la diffusion, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario), K1A 0T6, Canada. Ou communiquez avec le Centre de consultation régional le plus près (voir la liste figurant dans la présente publication). Vous pouvez passer votre commande par télécopieur au 1 877 287-4369, par téléphone au 1 800 267-6677 ou par courriel à : [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca). Abonnez-vous sur notre site Web à la version téléchargeable (n° 11-008-XIF au cat.) pour seulement 27 \$ (taxes en sus, s'il y a lieu). URL : [www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/feepub\\_f.cgi](http://www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/feepub_f.cgi)



Catalogue no. 63-005-XPB

# Retail Trade

October 2000

N° 63-005-XPB au catalogue

# Commerce de détail

Octobre 2000

Government  
Publications



Statistics  
Canada

Statistique  
Canada

Canada

## How to obtain more information

Specific inquiries about this product and related statistics or services should be directed to: Marketing and Client Services Section, Distributive Trades Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (telephone: (613) 951-3549) or toll free at 1 877 421-3067).

For information on the wide range of data available from Statistics Canada, you can contact us by calling one of our toll-free numbers. You can also contact us by e-mail or by visiting our Web site.

National inquiries line	1 800 263-1136
National telecommunications device for the hearing impaired	1 800 363-7629
Depository Services Program inquiries	1 800 700-1033
Fax line for Depository Services Program	1 800 889-9734
E-mail inquiries	infostats@statcan.ca
Web site	www.statcan.ca

## Ordering and subscription information

This product, Catalogue no. 63-005-XPB, is published monthly as a standard printed publication at a price of CDN \$21.00 per issue and CDN \$206.00 for a one-year subscription. The following additional shipping charges apply for delivery outside Canada:

	Single issue	Annual subscription
United States	CDN \$ 6.00	CDN \$72.00
Other countries	CDN \$ 10.00	CDN \$120.00

This product is also available in electronic format on the Statistics Canada Internet site as Catalogue no. 63-005-XIB at a price of CDN \$16.00 per issue and CDN \$155.00 for a one-year subscription. To obtain single issues or to subscribe, visit our Web site at [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca), and select Products and Services.

All prices exclude sales taxes.

The printed version of this publication can be ordered by

- Phone (Canada and United States) **1 800 267-6677**
- Fax (Canada and United States) **1 877 287-4369**
- E-mail **order@statcan.ca**
- Mail Statistics Canada  
Dissemination Division  
Circulation Management  
120 Parkdale Avenue  
Ottawa, Ontario K1A 0T6
- And, in person at the Statistics Canada Reference Centre nearest you, or from authorised agents and bookstores.

When notifying us of a change in your address, please provide both old and new addresses.

## Standards of service to the public

Statistics Canada is committed to serving its clients in a prompt, reliable and courteous manner and in the official language of their choice. To this end, the Agency has developed standards of service which its employees observe in serving its clients. To obtain a copy of these service standards, please contact Statistics Canada toll free at 1 800 263-1136.

## Comment obtenir d'autres renseignements

Toute demande de renseignements au sujet du présent produit ou au sujet de statistiques ou de services connexes doit être adressée à : Section du marketing et service à la clientèle, Division de la statistique du commerce, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (téléphone : (613) 951-3549) ou sans frais au 1 877 421-3067).

Pour obtenir des renseignements sur l'ensemble des données de Statistique Canada qui sont disponibles, veuillez composer l'un des numéros sans frais suivants. Vous pouvez également communiquer avec nous par courriel ou visiter notre site Web.

Service national de renseignements	1 800 263-1136
Service national d'appareils de télécommunications pour les malentendants	1 800 363-7629
Renseignements concernant le Programme des bibliothèques de dépôt	1 800 700-1033
Télécopieur pour le Programme des bibliothèques de dépôt	1 800 889-9734
Renseignements par courriel	infostats@statcan.ca
Site Web	www.statcan.ca

## Renseignements sur les commandes et les abonnements

Le produit n° 63-005-XPB au catalogue est publié mensuellement en version imprimée standard et est offert au prix de 21 \$ CA l'exemplaire et de 206 \$ CA pour un abonnement annuel. Les frais de livraison supplémentaires suivants s'appliquent aux envois à l'extérieur du Canada :

	Exemplaire	Abonnement annuel
États-Unis	6 \$ CA	72 \$ CA
Autres pays	10 \$ CA	120 \$ CA

Ce produit est aussi disponible sous forme électronique dans le site Internet de Statistique Canada, sous le n° 63-005-XIB au catalogue, et est offert au prix de 16 \$ CA l'exemplaire et de 155 \$ CA pour un abonnement annuel. Les utilisateurs peuvent obtenir des exemplaires ou s'abonner en visitant notre site Web à [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca) et en choisissant la rubrique Produits et services.

Les prix ne comprennent pas les taxes de ventes.

La version imprimée peut être commandée par

- Téléphone (Canada et États-Unis) **1 800 267-6677**
- Télécopieur (Canada et États-Unis) **1 877 287-4369**
- Courriel **order@statcan.ca**
- Poste Statistique Canada  
Division de la diffusion  
Gestion de la circulation  
120, avenue Parkdale  
Ottawa (Ontario) K1A 0T6
- En personne au bureau régional de Statistique Canada le plus près de votre localité ou auprès des agents et librairies autorisés.

Lorsque vous signalez un changement d'adresse, veuillez nous fournir l'ancienne et la nouvelle adresse.

## Normes de service à la clientèle

Statistique Canada s'engage à fournir à ses clients des services rapides, fiables et courtois, et ce, dans la langue officielle de leur choix. À cet égard, notre organisme s'est doté de normes de service à la clientèle qui doivent être observées par les employés lorsqu'ils offrent des services à la clientèle. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec Statistique Canada au numéro sans frais 1 800 263-1136.





Statistics Canada  
Distributive Trades Division  
Retail Financial Section

# Retail Trade

October 2000

Statistique Canada  
Division de la statistique du commerce  
Section du commerce de détails financiers

# Commerce de détail

Octobre 2000

Published by authority of the Minister  
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 2000

All rights reserved. No part of this publication  
may be reproduced, stored in a retrieval system or  
transmitted in any form or by any means, electronic,  
mechanical, photocopying, recording or otherwise  
without prior written permission from Licence  
Services, Marketing Division, Statistics Canada,  
Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

December 2000

Catalogue no. 63-005-XPB, Vol. 72, No. 10  
ISSN 0380-6146

Frequency: Monthly

Catalogue no. 63-005-XIB, Vol. 72, No. 10  
ISSN 1488-0008

Ottawa

Publication autorisée par le ministre  
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 2000

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire  
ou de transmettre le contenu de la présente publication,  
sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit,  
enregistrement sur support magnétique, reproduction  
électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou  
de l'emmagasiner dans un système de recouvrement,  
sans l'autorisation écrite préalable des Services de  
concession des droits de licence, Division du  
marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario,  
Canada K1A 0T6.

Décembre 2000

N° 63-005-XPB au catalogue, vol. 72, n° 10  
ISSN 0380-6146

Périodicité : mensuelle

N° 63-005-XIB au catalogue, vol. 72, n° 10  
ISSN 1488-0008

Ottawa

---

## Note of appreciation

*Canada owes the success of its statistical system  
to a long-standing partnership between Statistics  
Canada, the citizens of Canada, its businesses,  
governments and other institutions. Accurate and  
timely statistical information could not be produced  
without their continued cooperation and goodwill.*

---

## Note de reconnaissance

*Le succès du système statistique du Canada repose  
sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada  
et la population, les entreprises, les administrations  
canadiennes et les autres organismes. Sans cette  
collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible  
de produire des statistiques précises et actuelles.*

## Symbols

The following standard symbols are used in this Statistics Canada publication:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

### NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

### A NOTE ON CANSIM

All current and historical statistics on Retail Trade (Matrix Nos. 2299, 2397-2416 and 2418-2420), as well as many other series are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian – Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printout, or in machine readable form. For further information, contact the Cansim staff or Dissemination Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (telephone (613) 951-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- **F. Maranda**, Director, Distributive Trades Division
- **D. McDowell**, Assistant Director, Distributive Trades Division
- **B. Meyer**, Chief, Retail Financial Section, Distributive Trades Division
- **P. Gratton**, Senior Economist, Retail Financial Section, Distributive Trades Division

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences - Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 - 1984.



## Signes conventionnels

Les signes conventionnels suivants sont employés uniformément dans cette publication de Statistique Canada :

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

### NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

### NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système Canadien d'information socio-économique) fournit au public toutes les statistiques actuelles et historiques sur le Commerce de détail (matrice nos 2299, 2397-2416 et 2418-2420), et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports ordinolingués. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de CANSIM de la Division de la diffusion, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone (613) 951-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de :

- **F. Maranda**, directeur, Division de la statistique du commerce
- **D. McDowell**, directeur adjoint, Division de la statistique du commerce
- **B. Meyer**, chef, section du commerce de détails financiers, Division de la statistique du commerce
- **P. Gratton**, économiste principal, Section du commerce de détails financiers, Division de la statistique du commerce

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'American National Standard for Information Sciences "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 1984.



## TABLE OF CONTENTS

	PAGE
Highlights	v
Charts	vii
For Further Reading	ix

## Table

1. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	2
2. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	4
3. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)	6
4. Retail Trade Sample Response Fraction and Coefficient of Variation (Current Periods)	22
5. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	24
6. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	26
7. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Current Periods)	28
8. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Historical Estimates)	28
9. Retail Sales, Current and Constant (1992) Dollar Estimates	30

## Appendix

I. Definitions	33
II. Trade Group Coverage	34

## TABLE DES MATIÈRES

	PAGE
Faits saillants	v
Graphiques	vii
Lectures suggérées	ix

## Tableau

1. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	2
2. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	4
3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)	6
4. Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation (périodes courantes)	22
5. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	24
6. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	26
7. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)	28
8. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)	28
9. Ventes au détail, estimations en dollars courants et constants (1992)	30

## Appendice

I. Définitions	33
II. Couverture des groupes de commerce	34

## Note to users

Monthly estimates (unadjusted data) for four metropolitan areas (Montreal, Toronto, Winnipeg and Vancouver) can be tabulated by trade group and are available for purchase. For information on metropolitan area estimates, contact the Marketing and Client Services Section at (613) 951-3549 or toll free at 1 877 421-3067.

Users interested in acquiring further information relating to the methodology, seasonal adjustment and data reliability of this survey may consult the February 2000 issue (containing revisions to the previous year) of this publication or contact the Marketing and Client Services Section.

## Notes aux utilisateurs

Les estimations mensuelles (non désaisonnalisées) pour les quatre régions métropolitaines (Montréal, Toronto, Winnipeg et Vancouver) par groupe de commerce sont disponibles pour achat. Pour plus de renseignements sur les régions métropolitaines, communiquez avec la Section du marketing et services à la clientèle au (613) 951-3549 ou sans frais au 1 877 421-3067.

Les utilisateurs qui sont intéressés d'obtenir plus de renseignements concernant la méthodologie, la désaisonnalisation et la fiabilité des données de cette enquête peuvent consulter le numéro de février 2000, de cette publication (incluant les révisions de l'année précédente) ou communiquer avec la Section du marketing et services à la clientèle.



## Highlights

Retail sales declined 0.9% in October to \$23.3 billion, leaving sales slightly below their July level. The October decline followed a 0.4% gain in September and unchanged sales in August. In constant dollars, retail sales fell 0.5% in October compared with September.

The strong gains in retail sales in the May-to-July period were followed by weaker sales in recent months. In the first four months of 2000, retailers saw volatile sales after a year of strong increases in 1999. Retail sales for the first 10 months of 2000 were 6.3% higher than in the same period of 1999. This compares with a 5.4% increase for the first 10 months of 1999.

Excluding sales by motor and recreational vehicle dealers, total retail sales advanced 0.9% in October. Lower sales by motor and recreational vehicle dealers led to declines in all provinces. Clothing stores and furniture stores joined the automotive sector in reporting lower sales.

General merchandise stores (+3.1%), which showed the strongest sales gain in October, reported important declines in the previous two months. Also, stores classified as other retail (+0.9%) and food stores (+0.6%) reported advances, after virtually unchanged sales in September. The other retail category includes liquor stores, sporting goods stores, hardware stores and bookstores. Drug stores was the only sector to report significant back-to-back increases in September (+1.0%) and October (+0.5%).

### Auto sector posted its largest sales decline in a year

Retailers in the automotive sector posted a 3.3% sales decrease in October, after five consecutive monthly gains that ranged from 0.5% to 1.9%. The October decline in the auto sector resulted from a 5.8% drop in sales by motor and recreational vehicle dealers.

With the exception of October's decline, sales in the automotive sector had been advancing strongly since the spring, after some volatility at the start of 2000. Prior to this year, retailers in this sector saw a period of strong increases that started in the fall of 1998. Motor and recreational vehicle dealers, the largest component of the auto sector, experienced strong sales in the spring and summer of 2000 by making extensive use of attractive financing and large cash rebates. However, reduced incentives at both the start of and in the early fall of 2000 resulted in weaker sales gains in this period.

## Faits saillants

Les ventes au détail ont diminué de 0,9 % en octobre pour se situer à 23,3 milliards de dollars. Il s'agit d'un niveau légèrement inférieur à celui observé en juillet. La baisse d'octobre est survenue après une hausse de 0,4 % en septembre et des ventes inchangées en août. En dollars constants, les ventes au détail ont chuté de 0,5 % en octobre comparativement à septembre.

Les fortes hausses des ventes au détail observées durant la période de mai à juillet ont été suivies de ventes plus faibles ces derniers mois. Au cours des quatre premiers mois de 2000, les détaillants ont connu une période d'instabilité des ventes, après une année de fortes progressions en 1999. Les ventes au détail pour les dix premiers mois de l'année ont dépassé de 6,3 % celles de la même période en 1999. Cela se compare à une hausse de 5,4 % des ventes pour les dix premiers mois de 1999.

Si l'on exclut les ventes des concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs, l'ensemble des ventes au détail a augmenté de 0,9 % en octobre. La diminution des ventes des concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs en octobre a entraîné des replis dans toutes les provinces. Les magasins de vêtements et les magasins de meubles ont, tout comme le secteur de l'automobile, déclaré une diminution des ventes en octobre.

Les magasins de marchandises diverses (+3,1 %), qui ont affiché la meilleure hausse des ventes en octobre, avaient connu d'importants reculs au cours des deux mois précédents. De même, les magasins appartenant à la catégorie «autres magasins de détail» (+0,9 %) et les magasins d'alimentation (+0,6 %) ont amélioré leurs résultats en octobre, après un mois de septembre où les ventes n'avaient pour ainsi dire pas changé. La catégorie «autres magasins de détail» comprend les magasins de boissons alcoolisées, les magasins d'articles de sport, les quincailleries et les librairies. Les pharmacies ont été le seul secteur à afficher de bonnes augmentations consécutives en septembre (+1,0 %) et en octobre (+0,5 %).

### Le secteur de l'automobile a connu sa plus forte baisse des ventes en un an

Les détaillants du secteur de l'automobile ont vu leurs ventes chuter de 3,3 % en octobre, après cinq mois consécutifs de hausses mensuelles allant de 0,5 % à 1,9 %. La baisse d'octobre dans le secteur de l'automobile était imputable à une diminution de 5,8 % des ventes des concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs.

À l'exception du repli d'octobre, les ventes du secteur de l'automobile ont connu une forte croissance depuis le printemps, après une certaine instabilité au début de 2000. Avant cette année, les détaillants de ce secteur avaient connu de bonnes hausses depuis l'automne 1998. Les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs, principales composantes du secteur de l'automobile, ont réalisé de solides ventes au printemps et à l'été 2000, en faisant une utilisation poussée de modalités de financement attrayantes et de bonnes remises en espèces. Cependant, une réduction des promotions au début de 2000 et au commencement de l'automne de la même année a ralenti la progression des ventes au cours de cette période.



Lower prices for women's clothing contributed to about half of October's 1.4% sales decline in the clothing sector. This follows a 3.5% sales increase in September, which was partly owing to a significant price increase. All types of stores in the clothing sector reported lower sales in October. Retailers in the clothing sector have seen strong sales since the fall of 1999, after a period of slower growth in the spring and summer of that year.

Consumers returned to general merchandise stores in October and increased their purchases by 3.1% compared with September. This gain completely offset the declines reported in September (-1.1%) and August (-1.7%). These declines were partly attributable to lower sales of big ticket items. Sales in general merchandise stores have generally been increasing since early in the spring, following a period of volatility that began in the summer of 1999.

### Retail sales down in all provinces

Lower sales by motor and recreational vehicle dealers in October affected retail trade in all provinces. Retail sales in New Brunswick (-2.7%), Prince Edward Island (-2.6%), Saskatchewan (-1.7%), Nova Scotia (-1.6%), Alberta (-1.3%) and British Columbia (-1.1%) were down by at least 1.0% in October.

October's sales declines in Ontario (-0.9%) and Quebec (-0.2%) essentially offset their respective increases reported in the previous month. Ontario's decline came after five consecutive monthly gains. In Quebec, retail sales have shown little progress since the increases of 2.7% in July and 1.6% in June. Quebec retailers saw a period of volatile sales in the first half of 2000. Retail sales had generally been rising since the summer of 1996 in Ontario and since the summer of 1998 in Quebec.

### Related indicators for November

Total employment advanced 0.4% in November compared with October. This increase marked a fourth consecutive monthly gain in employment after the slight declines observed in July and June. Preliminary figures from the automotive industry indicate that the number of new motor vehicles sold in November recovered slightly from the 12.4% decline reported in October. The number of housing starts in November (-5.5%) lost about half of the cumulative gain of the previous two months.

La baisse des prix des vêtements pour femmes a représenté environ la moitié du repli de 1,4 % des ventes dans le secteur des vêtements en octobre. Cette baisse est survenue à la suite d'une hausse des ventes de 3,5 % en septembre, qui provenait partiellement d'une hausse importante de prix. Tous les types de magasins dans le secteur des vêtements ont accusé une baisse de leurs ventes en octobre. Les détaillants du secteur des vêtements ont connu de fortes augmentations des ventes depuis l'automne 1999, à la suite d'une période de croissance plus faible au printemps et à l'été de la même année.

Les consommateurs sont revenus dans les magasins de marchandises diverses en octobre et ont accru leurs achats de 3,1 % comparativement à septembre. Cette hausse a complètement compensé les reculs observés en septembre (-1,1 %) et en août (-1,7 %). Ces replis ont été partiellement attribuables à une diminution des ventes d'articles à prix unitaire élevé. Les ventes des magasins de marchandises diverses ont généralement progressé depuis le début du printemps 2000, après une période d'instabilité qui remonte à l'été 1999.

### Baisse des ventes au détail dans toutes les provinces

Dans toutes les provinces, le commerce de détail a souffert de la baisse des ventes des concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs en octobre. Les ventes au détail ont baissé d'au moins 1,0 % au Nouveau-Brunswick (-2,7 %), à l'Île-du-Prince-Édouard (-2,6 %), en Saskatchewan (-1,7 %), en Nouvelle-Écosse (-1,6 %), en Alberta (-1,3 %) et en Colombie-Britannique (-1,1 %).

Les diminutions des ventes en Ontario (-0,9 %) et au Québec (-0,2 %) en octobre ont pratiquement effacé les augmentations déclarées le mois précédent dans chacune de ces provinces. En Ontario, le recul mettait un terme à une progression de cinq mois consécutifs. Au Québec, les ventes au détail ont peu augmenté depuis les hausses de 2,7 % de juillet et de 1,6 % de juin. Les détaillants du Québec ont connu une période d'instabilité des ventes dans la première moitié de 2000. Les ventes au détail sont généralement en hausse depuis l'été 1996 en Ontario et depuis l'été 1998 au Québec.

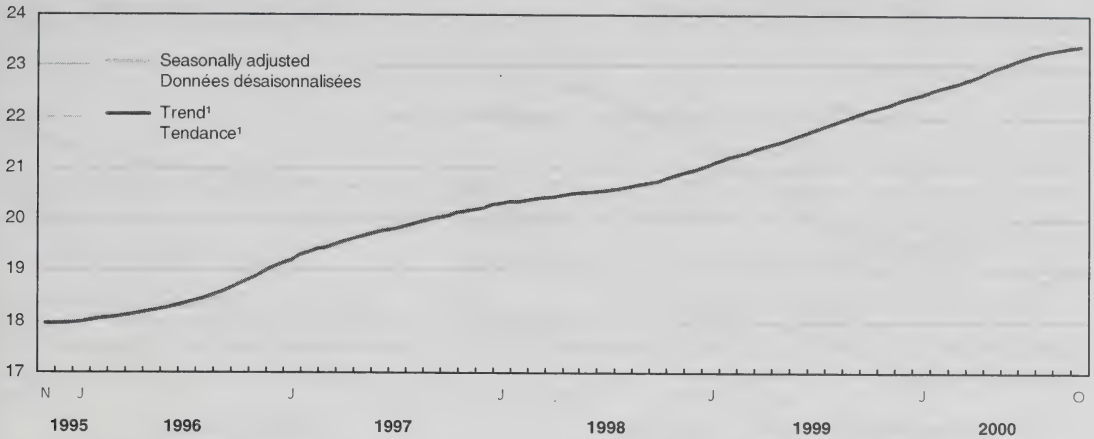
### Indicateurs connexes pour novembre

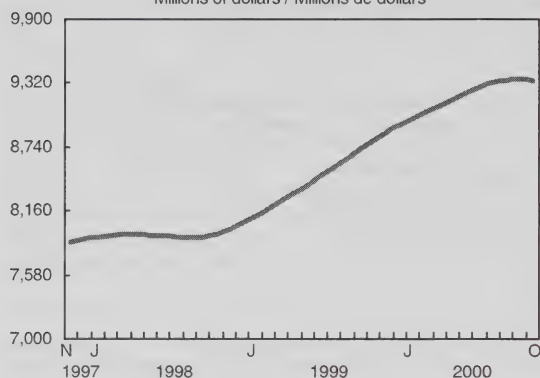
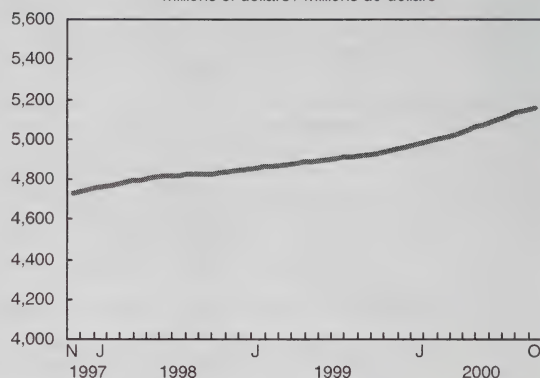
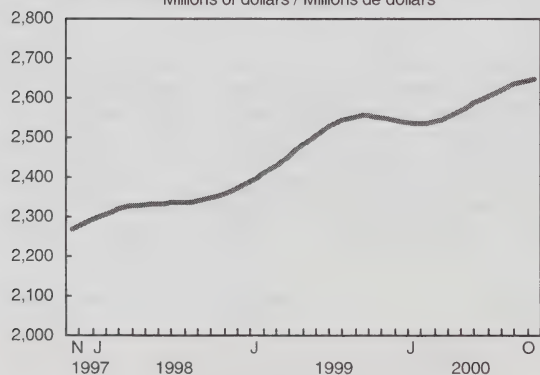
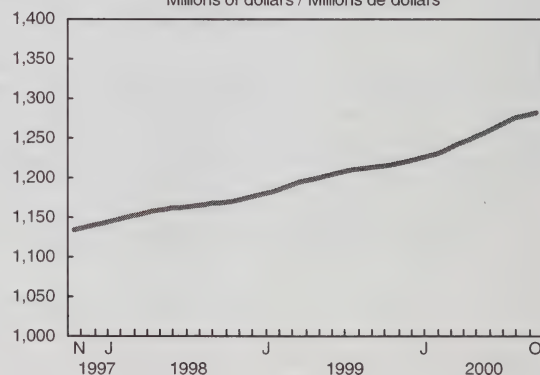
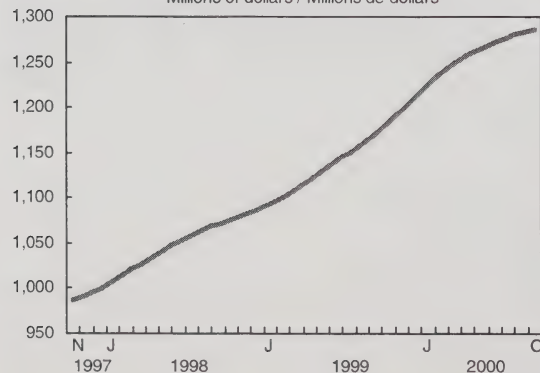
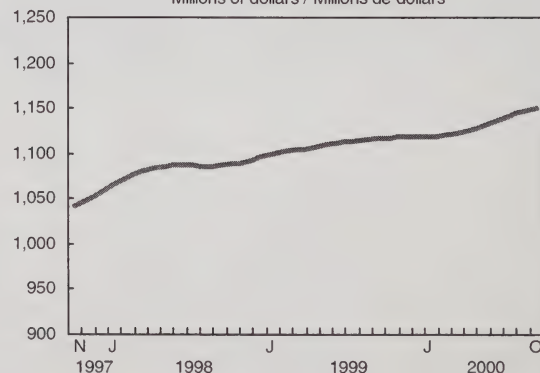
L'emploi total a augmenté de 0,4 % en novembre comparativement à octobre. Cela marquait un quatrième mois consécutif d'augmentation de l'emploi, après les légers replis observés en juillet et en juin. Les chiffres provisoires émanant du secteur de l'automobile indiquent que le nombre de véhicules automobiles neufs vendus en novembre a connu une légère reprise par rapport à la baisse de 12,4 % déclarée en octobre. Le nombre de mises en chantier en novembre (-5,5 %) a perdu environ la moitié de l'augmentation cumulative des deux mois précédents.

## Retail Sales – Canada

## Ventes au détail – Canada

\$ billions / milliards de \$



**Retail Sales Trends<sup>1</sup> – Canada,  
By Major Group**
**Tendances<sup>1</sup> des ventes au détail – Canada,  
par groupe principal**
**Automotive / Véhicules automobiles**  
Millions of dollars / Millions de dollars

**Food / Aliments**  
Millions of dollars / Millions de dollars

**General Merchandise / Marchandises diverses**  
Millions of dollars / Millions de dollars

**Clothing / Vêtements**  
Millions of dollars / Millions de dollars

**Furniture / Meubles**  
Millions of dollars / Millions de dollars

**Drug / Pharmacies**  
Millions of dollars / Millions de dollars

<sup>1</sup> Trend represents smoothed seasonally adjusted data.

<sup>1</sup> La tendance représente les données désaisonnalisées lissées.

**For Further Reading**

Selected Publications from Statistics Canada

**Lectures suggérées**

Choisies parmi les publications de Statistique Canada

Title	Catalogue	Titre
New Motor Vehicle Sales, Monthly, Bilingual	<b>63-007-XIB</b>	Ventes de véhicules automobiles neufs, mensuel, bilingue
Wholesale Trade, Monthly, Bilingual	<b>63-008-XIB</b>	Commerce de gros, mensuel, bilingue
Retail Chain and Department Stores, Annual, Bilingual	<b>63-210-XIB</b>	Magasins de détail à succursales et les grands magasins, annuel, bilingue
Wholesaling and Retailing Canada, Annual, Bilingual	<b>63-236-XIB</b>	Les commerces de gros et de détail au Canada, annuel, bilingue
Market Research Handbook, Annual, Bilingual	<b>63-224-XPB</b>	Recueil statistique des études de marché, annuel, bilingue

To order a publication you may telephone 1 (613) 951-7277 or use facsimile number 1 (613) 951-1584. For toll free in Canada only telephone 1 800 267-6677. When ordering by telephone or facsimile a written confirmation is not required.

Pour obtenir une publication veuillez téléphoner au 1 (613) 951-7277 ou utiliser le numéro du télécopieur 1 (613) 951-1584. Pour appeler sans frais, au Canada, composez le 1 800 267-6677. Il n'est pas nécessaire de nous faire parvenir une confirmation pour une commande faite par téléphone ou télécopieur.





**Statistical  
Tables**

---

**Tableaux  
statistiques**

---

Table 1

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Current Periods)**

	Sales Ventes					Change from previous month Variation par rapport au mois précédent	
	October 2000 Octobre	September 2000 Septembre	August 2000 Août	July 2000 Juillet	Year-to-date 2000 Cumulatif	October 2000 Octobre	September 2000 Septembre
	Millions of dollars – Millions de dollars					Per cent – Pourcentage	
Trade Group - Canada							
Supermarkets and grocery stores	4,786.5	4,756.1	4,755.9	4,739.5	46,835.3	0.6	0.0
All other food stores	376.7	378.6	381.2	378.0	3,755.4	-0.5	-0.7
Drugs and patent medicine stores	1,151.3	1,146.0	1,134.7	1,143.0	11,302.9	0.5	1.0
Shoe stores	135.7	136.4	132.4	136.2	1,355.4	-0.5	3.0
Men's clothing stores	128.3	130.9	132.2	133.7	1,306.4	-2.0	-1.0
Women's clothing stores	394.6	395.6	382.9	381.0	3,844.3	-0.2	3.3
Other clothing stores	622.9	636.2	608.0	616.5	6,033.7	-2.1	4.6
Household furniture and appliance stores	1,042.4	1,051.4	1,026.2	1,035.7	10,224.3	-0.9	2.5
Household furnishings stores	245.4	243.5	237.4	242.4	2,349.1	0.8	2.5
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,953.9	6,322.8	6,325.1	6,258.3	61,117.7	-5.8	0.0
Gasoline service stations	1,944.3	1,916.4	1,832.8	1,860.9	18,203.7	1.5	4.6
Automotive parts, accessories and services	1,324.1	1,299.7	1,333.6	1,322.4	12,973.0	1.9	-2.5
General merchandise stores	2,659.3	2,579.3	2,609.0	2,655.2	25,918.7	3.1	-1.1
Other semi-durable goods stores	743.1	739.7	740.5	752.1	7,315.3	0.5	-0.1
Other durable goods stores	629.0	626.9	628.9	615.8	6,147.2	0.3	-0.3
Other retail stores	1,155.2	1,139.3	1,133.1	1,116.7	11,095.1	1.4	0.5
Total, all stores	23,292.7	23,498.7	23,394.1	23,387.4	229,777.6	-0.9	0.4
Regions							
Newfoundland	374.5	377.2	380.1	377.3	3,730.5	-0.7	-0.8
Prince Edward Island	102.3	105.0	104.7	105.0	1,031.2	-2.6	0.3
Nova Scotia	702.5	713.7	712.4	723.4	7,041.5	-1.6	0.2
New Brunswick	567.2	583.1	582.5	574.3	5,746.4	-2.7	0.1
Quebec	5,374.1	5,385.8	5,371.8	5,397.3	52,806.9	-0.2	0.3
Ontario	8,994.9	9,073.9	9,003.5	8,978.0	88,161.8	-0.9	0.8
Manitoba	783.2	789.1	794.2	796.5	7,818.1	-0.7	-0.6
Saskatchewan	670.5	682.3	684.4	684.7	6,760.0	-1.7	-0.3
Alberta	2,667.6	2,703.0	2,683.4	2,697.4	26,429.1	-1.3	0.7
British Columbia	2,977.0	3,008.9	3,000.8	2,978.1	29,489.2	-1.1	0.3
Yukon	28.8	28.1	28.3	27.9	285.2	2.7	-0.7
Northwest Territories	33.9	32.9	32.7	32.7	324.8	3.1	0.7
Nunavut	16.2	15.8	15.5	14.8	152.9	2.6	2.1

Tableau 1

Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(périodes courantes)

Change from previous month Variation par rapport au mois précédent		Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					
August 2000 Août	July 2000 Juillet	October 2000 Octobre	September 2000 Septembre	August 2000 Août	July 2000 Juillet	Year-to-date 2000 Cumulatif	
Per cent – Pourcentage							
							<b>Groupe de commerce - Canada</b>
0.3	1.3	5.4	4.5	4.5	4.5	3.5	Supermarchés d'alimentation et épiceries
0.8	1.0	2.6	3.2	4.4	4.4	3.1	Tous les autres magasins d'alimentation
-0.7	0.8	3.1	2.6	1.8	2.5	2.0	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-2.8	2.3	-1.2	5.4	-0.5	-0.4	-0.4	Magasins de chaussures
-1.1	0.7	-2.3	3.6	-0.5	4.1	2.1	Magasins de vêtements pour hommes
0.5	-0.8	3.9	9.4	1.0	1.1	2.7	Magasins de vêtements pour femmes
-1.4	2.2	9.8	15.1	8.6	7.9	8.8	Autres magasins de vêtements
-0.9	1.5	6.8	11.7	9.9	10.7	11.6	Magasins de meubles et d'appareils ménagères
-2.0	4.8	9.5	12.9	9.6	11.2	10.8	Magasins d'accessoires d'ameublement
1.1	1.4	5.2	4.2	5.2	6.8	6.5	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
-1.5	1.2	20.8	21.0	16.8	22.8	24.0	Stations-service
0.8	3.3	6.0	3.2	6.6	8.2	5.0	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
-1.7	1.9	3.1	0.0	1.0	4.4	3.4	Magasins de marchandises diverses
-1.5	2.6	4.2	4.4	1.8	4.8	3.1	Autres magasins de produits semi-durables
2.1	-0.6	5.9	6.6	7.1	6.0	4.6	Autres magasins de produits durables
1.5	0.3	8.2	7.7	8.8	6.3	6.1	Autres magasins de vente au détail
<b>0.0</b>	<b>1.5</b>	<b>6.3</b>	<b>5.8</b>	<b>5.6</b>	<b>6.9</b>	<b>6.3</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
							<b>Régions</b>
0.7	0.1	5.8	5.2	8.3	7.8	6.5	Terre-Neuve
-0.3	1.5	2.8	4.2	6.6	6.8	8.0	Île-du-Prince-Édouard
-1.5	1.1	2.1	3.6	4.0	6.8	4.1	Nouvelle-Écosse
1.4	-0.5	2.1	4.1	2.6	3.5	4.9	Nouveau-Brunswick
-0.5	2.7	6.3	5.1	5.4	6.5	4.6	Québec
0.3	1.4	7.2	7.3	5.0	7.2	7.3	Ontario
-0.3	2.3	6.1	1.7	3.3	6.7	4.4	Manitoba
0.0	0.1	6.1	3.9	3.9	5.5	5.6	Saskatchewan
-0.5	1.5	6.8	5.7	8.1	9.6	9.0	Alberta
0.8	0.1	5.4	5.5	7.2	5.6	5.6	Colombie-Britannique
1.5	-3.0	9.1	-0.2	3.3	1.3	4.3	Yukon
0.0	4.5	6.5	4.5	3.7	5.1	5.8	Territoires du Nord Ouest
4.2	-1.9	11.6	6.6	7.3	4.1	6.0	Nunavut

Table 2

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Current Periods)**

	Sales Ventes				
	October 2000 Octobre	September 2000 Septembre	August 2000 Août	July 2000 Juillet	Year-to-date 2000 Cumulatif
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Trade Group - Canada</b>					
Supermarkets and grocery stores	4,575.8	4,906.2	4,897.8	4,928.8	46,656.5
All other food stores	360.3	374.5	384.2	394.2	3,675.7
Drugs and patent medicine stores	1,143.4	1,120.8	1,126.7	1,106.2	11,032.7
Shoe stores	145.4	151.2	137.2	126.5	1,294.4
Men's clothing stores	126.6	125.5	112.9	115.8	1,145.1
Women's clothing stores	400.3	431.7	364.7	362.1	3,582.3
Other clothing stores	656.0	693.8	658.8	559.6	5,549.3
Household furniture and appliance stores	1,059.1	1,101.0	1,042.0	1,019.9	9,590.1
Household furnishings stores	257.1	249.7	248.3	245.4	2,254.0
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,669.4	6,435.1	6,680.2	6,430.5	62,624.5
Gasoline service stations	1,996.8	1,955.4	1,983.3	2,016.2	18,227.3
Automotive parts, accessories and services	1,331.5	1,267.3	1,365.9	1,392.3	12,691.2
General merchandise stores	2,695.7	2,508.2	2,564.2	2,485.3	23,719.2
Other semi-durable goods stores	711.3	753.5	788.3	786.1	6,894.1
Other durable goods stores	548.1	609.9	674.2	619.0	5,642.7
Other retail stores	1,092.7	1,171.8	1,217.1	1,233.3	10,669.8
<b>Total, all stores</b>	<b>22,769.5</b>	<b>23,855.6</b>	<b>24,245.8</b>	<b>23,821.2</b>	<b>225,249.0</b>
<b>Regions</b>					
Newfoundland	361.8	379.5	407.8	393.3	3,645.1
Prince Edward Island	97.6	106.9	122.5	123.3	1,012.5
Nova Scotia	677.9	715.4	747.5	756.2	6,883.5
New Brunswick	555.4	592.3	623.4	599.8	5,627.4
Quebec	5,277.2	5,435.0	5,633.4	5,524.3	52,280.4
Ontario	8,737.9	9,264.9	9,186.1	9,045.4	85,956.0
Manitoba	768.6	804.2	815.6	794.5	7,639.7
Saskatchewan	673.9	690.0	714.0	696.6	6,603.9
Alberta	2,633.5	2,743.5	2,767.0	2,718.2	25,843.3
British Columbia	2,909.4	3,046.9	3,146.3	3,086.3	28,997.8
Yukon	27.1	28.9	32.9	33.1	285.5
Northwest Territories	32.5	32.9	33.4	35.2	322.9
Nunavut	16.7	15.4	16.0	15.0	150.7

Tableau 2

**Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(périodes courantes)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					
October 2000 Octobre	September 2000 Septembre	August 2000 Août	July 2000 Juillet	Year-to-date 2000 Cumulatif	
Per cent – Pourcentage					
<b>Groupe de commerce - Canada</b>					
-1.0	8.0	8.9	-1.4	3.4	Supermarchés d'alimentation et épiceries
-1.6	4.8	7.2	2.2	3.0	Tous les autres magasins d'alimentation
2.5	2.8	3.4	0.6	2.1	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-7.4	8.6	1.2	-2.8	-1.0	Magasins de chaussures
-7.1	5.8	3.1	0.7	2.3	Magasins de vêtements pour hommes
0.2	15.4	1.5	-2.7	2.9	Magasins de vêtements pour femmes
6.8	18.6	9.0	6.5	9.2	Autres magasins de vêtements
4.8	14.7	10.5	8.0	11.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
10.3	13.7	11.9	8.7	11.1	Magasins d'accessoires d'ameublement
4.4	4.4	11.7	3.6	7.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
21.1	20.5	16.5	21.4	23.8	Stations-service
5.8	1.7	10.9	5.1	5.3	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
0.5	0.4	3.4	2.8	3.7	Magasins de marchandises diverses
3.2	4.6	4.4	3.8	3.4	Autres magasins de produits semi-durables
2.6	6.3	9.9	2.9	5.0	Autres magasins de produits durables
2.7	11.5	12.0	-0.2	6.1	Autres magasins de vente au détail
<b>3.7</b>	<b>7.2</b>	<b>9.4</b>	<b>3.6</b>	<b>6.6</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Régions</b>					
2.6	7.0	12.3	2.9	6.9	Terre-Neuve
0.4	5.0	10.3	3.7	8.0	Île-du-Prince-Édouard
-1.0	5.1	6.7	3.8	4.4	Nouvelle-Écosse
-0.9	5.9	6.8	-0.4	5.1	Nouveau-Brunswick
3.9	5.4	10.0	2.2	4.9	Québec
4.4	8.7	9.0	4.0	7.6	Ontario
1.8	3.8	6.9	3.0	4.7	Manitoba
1.7	5.9	7.9	2.9	5.7	Saskatchewan
4.6	8.4	11.2	7.0	9.4	Alberta
3.5	6.8	9.6	3.0	5.9	Colombie-Britannique
8.1	-0.5	5.9	-2.1	4.6	Yukon
4.1	3.7	6.8	2.0	5.9	Territoires du Nord Ouest
13.0	7.6	7.7	2.4	6.2	Nunavut



Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter III 2000 Trimestre III	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Canada</b>					
Supermarkets and grocery stores	14,732.8	14,240.9	13,107.1	14,006.9	14,037.0
All other food stores	1,152.9	1,154.1	1,008.4	1,187.7	1,101.6
Drugs and patent medicine stores	3,353.6	3,320.4	3,215.3	3,647.6	3,279.8
Shoe stores	414.9	428.8	305.4	475.3	405.0
Men's clothing stores	354.2	379.5	284.7	553.4	343.1
Women's clothing stores	1,158.5	1,151.5	872.0	1,423.0	1,105.3
Other clothing stores	1,912.1	1,648.8	1,332.3	2,201.2	1,715.0
Household furniture and appliance stores	3,162.9	2,834.8	2,533.3	3,511.1	2,847.2
Household furnishings stores	743.4	682.2	571.4	775.6	667.1
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	19,545.9	21,306.9	16,102.2	16,310.7	18,351.2
Gasoline service stations	5,954.9	5,424.4	4,851.2	4,927.6	4,985.5
Automotive parts, accessories and services	4,025.6	4,096.1	3,238.0	4,148.3	3,802.0
General merchandise stores	7,557.8	7,427.0	6,038.7	9,791.5	7,397.1
Other semi-durable goods stores	2,327.9	2,243.4	1,611.5	2,516.1	2,232.7
Other durable goods stores	1,903.1	1,751.9	1,439.7	2,218.6	1,788.8
Other retail stores	3,622.2	3,328.2	2,626.8	3,629.0	3,373.7
<b>Total, all stores</b>	<b>71,922.6</b>	<b>71,418.9</b>	<b>59,137.9</b>	<b>71,323.6</b>	<b>67,432.1</b>
<b>Newfoundland</b>					
Supermarkets and grocery stores	296.1	281.8	257.4	276.3	284.9
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	61.0	59.7	58.5	68.0	58.6
Shoe stores	3.7	3.4	2.5	4.6	3.9
Men's clothing stores	3.0	2.9	2.0	7.6	3.6
Women's clothing stores	14.1	12.5	8.6	21.8	13.6
Other clothing stores	18.5	14.3	11.2	27.0	16.8
Household furniture and appliance stores	36.0	33.5	26.7	46.9	34.3
Household furnishings stores	2.7	2.4	1.6	2.6	2.4
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	313.4	373.7	245.0	214.2	280.9
Gasoline service stations	120.7	102.6	86.4	95.6	104.7
Automotive parts, accessories and services	58.9	60.3	44.6	68.0	54.2
General merchandise stores	156.0	145.7	114.0	221.9	151.3
Other semi-durable goods stores	27.7	24.3	14.2	29.9	23.4
Other durable goods stores	15.9	13.4	9.3	20.1	13.1
Other retail stores	41.8	38.4	31.7	47.2	40.6
<b>Total, all stores</b>	<b>1,180.5</b>	<b>1,178.7</b>	<b>924.1</b>	<b>1,165.0</b>	<b>1,100.0</b>

Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year  
Variation par rapport à l'année précédente

Quarter III 2000 Trimestre III	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Groupe de commerce
Per cent – Pourcentage					
<b>Canada</b>					
5.0	3.8	3.0	3.1	2.5	Supermarchés d'alimentation et épiceries
4.7	3.4	2.5	3.3	1.0	Tous les autres magasins d'alimentation
2.3	2.5	1.5	4.3	2.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
2.4	-4.2	2.6	-1.3	-5.0	Magasins de chaussures
3.2	3.8	3.9	-1.3	-1.3	Magasins de vêtements pour hommes
4.8	1.0	4.2	4.6	1.0	Magasins de vêtements pour femmes
11.5	7.2	9.8	5.4	5.7	Autres magasins de vêtements
11.1	12.9	14.5	11.3	9.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
11.4	10.4	11.8	7.8	6.4	Magasins d'accessoires d'ameublement
6.5	7.3	8.3	9.9	10.5	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
19.4	22.6	32.4	23.5	15.9	Stations-service
5.9	3.3	7.1	5.4	3.7	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
2.2	4.3	6.4	5.0	10.6	Magasins de marchandises diverses
4.3	2.0	4.4	0.3	5.6	Autres magasins de produits semi-durables
6.4	3.9	5.4	3.1	2.7	Autres magasins de produits durables
7.4	5.5	6.6	9.7	7.6	Autres magasins de vente au détail
<b>6.7</b>	<b>6.4</b>	<b>7.9</b>	<b>7.0</b>	<b>7.1</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Terre-Neuve</b>					
3.9	0.2	1.1	-1.0	1.7	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
4.1	0.8	3.4	2.7	6.0	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-5.1	-5.6	-	-	5.4	Magasins de chaussures
-16.7	-21.6	-25.9	-3.8	-14.3	Magasins de vêtements pour hommes
3.7	-6.7	-6.5	1.9	2.3	Magasins de vêtements pour femmes
10.1	11.7	4.7	9.3	3.1	Autres magasins de vêtements
5.0	13.9	10.3	7.3	15.5	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
12.5	26.3	6.7	-7.1	9.1	Magasins d'accessoires d'ameublement
11.6	15.4	19.1	20.1	16.2	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
15.3	11.6	11.2	4.5	6.9	Stations-service
8.7	5.6	8.8	10.2	6.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
3.1	6.6	3.4	5.7	10.9	Magasins de marchandises diverses
18.4	8.0	-1.4	4.9	4.5	Autres magasins de produits semi-durables
21.4	22.9	25.7	14.9	8.3	Autres magasins de produits durables
3.0	5.5	3.3	9.0	4.6	Autres magasins de vente au détail
<b>7.3</b>	<b>7.3</b>	<b>7.5</b>	<b>6.6</b>	<b>8.2</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter III 2000 Trimestre III	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Prince Edward Island</b>					
Supermarkets and grocery stores	85.7	76.0	68.5	74.4	81.1
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	19.9	18.8	16.8	19.6	18.2
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	x	x	x	x	x
Other clothing stores	11.1	6.4	4.5	10.1	9.7
Household furniture and appliance stores	9.8	8.2	6.7	9.9	7.9
Household furnishings store	4.5	4.2	2.9	5.3	4.9
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	63.9	77.4	48.6	56.7	62.2
Gasoline service stations	49.2	37.6	30.8	34.1	42.0
Automotive parts, accessories and services	21.0	21.4	14.1	20.4	19.4
General merchandise stores	28.7	26.3	18.8	37.2	28.6
Other semi-durable goods stores	18.8	12.3	8.2	12.8	18.2
Other durable goods stores	6.6	5.2	3.5	7.3	6.9
Other retail stores	18.7	15.4	9.8	13.7	17.6
<b>Total, all stores</b>	<b>352.8</b>	<b>321.2</b>	<b>241.0</b>	<b>316.1</b>	<b>331.8</b>
<b>Nova Scotia</b>					
Supermarkets and grocery stores	545.9	520.6	488.5	516.5	515.3
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patient medicine stores	133.5	129.3	127.2	147.7	131.5
Shoe stores	5.5	5.4	4.3	7.8	6.8
Men's clothing stores	4.5	5.0	3.3	8.4	4.7
Women's clothing stores	29.8	28.8	20.9	41.5	29.2
Other clothing stores	44.9	35.4	28.2	59.6	41.3
Household furniture and appliance stores	66.1	61.8	58.2	84.3	62.1
Household furnishings store	12.0	11.7	8.7	15.6	15.5
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	536.7	608.9	450.1	426.4	510.0
Gasoline service stations	234.8	201.0	168.8	191.9	202.3
Automotive parts, accessories and services	114.0	119.8	89.2	129.1	111.7
General merchandise stores	221.9	217.3	170.8	330.8	220.3
Other semi-durable goods stores	73.8	68.7	45.8	86.3	69.4
Other durable goods stores	45.4	40.7	33.8	60.8	44.8
Other retail stores	127.1	113.4	82.8	121.8	120.3
<b>Total, all stores</b>	<b>2,219.0</b>	<b>2,189.8</b>	<b>1,796.8</b>	<b>2,251.4</b>	<b>2,109.7</b>

Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter III 2000 Trimestre III	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	
Per cent – Pourcentage					
<b>Île-du-Prince-Édouard</b>					
5.7	3.1	7.0	14.6	14.5	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
9.3	9.3	1.8	-	-1.1	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour femmes
14.4	3.2	-2.2	4.1	10.2	Autres magasins de vêtements
24.1	10.8	3.1	12.5	23.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
-8.2	7.7	-3.3	15.2	-	Magasins d'accessoires d'ameublement
2.7	17.1	13.0	27.1	11.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
17.1	20.5	33.3	25.8	21.0	Stations-service
8.2	3.9	7.6	6.8	6.6	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
0.3	16.4	16.8	17.7	26.0	Magasins de marchandises diverses
3.3	-3.1	10.8	2.4	4.0	Autres magasins de produits semi-durables
-4.3	4.0	16.7	19.7	25.5	Autres magasins de produits durables
6.3	14.9	11.4	1.5	8.6	Autres magasins de vente au détail
<b>6.3</b>	<b>10.0</b>	<b>11.2</b>	<b>14.4</b>	<b>12.9</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Nouvelle-Écosse</b>					
5.9	4.9	5.1	5.9	4.3	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
1.5	2.5	1.7	5.6	1.2	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-19.1	-20.6	-8.5	-	-1.4	Magasins de chaussures
-4.3	4.2	-5.7	3.7	6.8	Magasins de vêtements pour hommes
2.1	-10.0	-11.4	-7.2	-9.9	Magasins de vêtements pour femmes
8.7	11.0	8.9	7.6	7.8	Autres magasins de vêtements
6.4	20.0	25.7	23.1	20.8	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
-22.6	-17.0	-23.0	2.6	50.5	Magasins d'accessoires d'ameublement
5.2	1.2	3.5	-1.1	3.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
16.1	10.7	24.5	27.6	23.1	Stations-service
2.1	6.3	6.6	3.8	1.5	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
0.7	4.2	3.6	6.2	11.1	Magasins de marchandises diverses
6.3	13.9	2.9	9.2	0.9	Autres magasins de produits semi-durables
1.3	4.6	8.3	5.9	5.7	Autres magasins de produits durables
5.7	4.8	2.5	7.8	6.7	Autres magasins de vente au détail
<b>5.2</b>	<b>4.3</b>	<b>5.7</b>	<b>6.3</b>	<b>6.4</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter III 2000 Trimestre III	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>New Brunswick</b>					
Supermarkets and grocery stores	454.8	425.9	393.8	428.7	423.3
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	86.9	86.5	86.3	97.4	85.2
Shoe stores	6.1	5.9	4.3	7.4	6.7
Men's clothing stores	6.5	6.2	4.4	10.4	6.2
Women's clothing stores	20.7	20.6	15.1	30.5	20.8
Other clothing stores	38.4	30.9	23.5	47.9	33.8
Household furniture and appliance stores	53.2	46.4	40.8	63.9	48.9
Household furnishings stores	14.9	14.6	11.0	17.7	14.5
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	474.7	559.4	380.3	383.8	483.9
Gasoline service stations	191.2	170.2	142.0	159.1	168.8
Automotive parts, accessories and services	102.3	105.9	79.3	113.8	96.9
General merchandise stores	181.2	176.0	138.5	262.3	179.3
Other semi-durable goods stores	58.4	54.7	38.2	57.6	51.7
Other durable goods stores	31.4	26.9	20.9	42.1	28.9
Other retail stores	82.0	72.7	53.4	78.0	79.5
<b>Total, all stores</b>	<b>1,815.4</b>	<b>1,816.0</b>	<b>1,440.6</b>	<b>1,813.2</b>	<b>1,745.4</b>
<b>Quebec</b>					
Supermarkets and grocery stores	3,746.2	3,628.2	3,372.3	3,599.9	3,664.8
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	699.8	714.1	702.4	749.3	680.8
Shoe stores	135.4	146.8	92.1	170.7	133.8
Men's clothing stores	73.4	82.8	55.2	111.0	71.3
Women's clothing stores	311.0	322.6	225.5	371.6	296.3
Other clothing stores	499.4	456.2	332.6	517.1	440.2
Household furniture and appliance stores	877.3	780.2	624.0	891.4	774.4
Household furnishings stores	133.3	127.6	98.1	139.7	123.1
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,743.7	5,121.1	3,784.8	3,726.0	4,480.8
Gasoline service stations	1,233.8	1,145.1	1,057.4	1,058.9	1,025.4
Automotive parts, accessories and services	924.8	1,011.7	778.6	1,042.6	926.7
General merchandise stores	1,462.9	1,487.9	1,188.0	1,818.5	1,429.4
Other semi-durable goods stores	460.8	464.6	308.9	444.9	448.8
Other durable goods stores	382.1	377.7	301.9	425.7	363.8
Other retail stores	550.2	546.5	398.2	592.9	503.0
<b>Total, all stores</b>	<b>16,592.6</b>	<b>16,776.3</b>	<b>13,634.4</b>	<b>16,007.3</b>	<b>15,687.5</b>



Tableau 3

**Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter III 2000 Trimestre III	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	
Per cent – Pourcentage					
<b>Nouveau-Brunswick</b>					
7.4	7.5	9.7	9.4	8.8	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
2.0	4.5	9.8	6.4	3.5	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-9.0	-10.6	4.9	-	11.7	Magasins de chaussures
4.8	5.1	-8.3	-8.8	-1.6	Magasins de vêtements pour hommes
-0.5	-2.4	4.9	6.6	3.5	Magasins de vêtements pour femmes
13.6	12.4	8.8	8.4	3.4	Autres magasins de vêtements
8.8	15.7	10.0	10.0	15.9	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
2.8	18.7	18.3	21.2	12.4	Magasins d'accessoires d'ameublement
-1.9	-0.2	4.7	27.7	20.2	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
13.3	19.7	18.3	15.5	11.7	Stations-service
5.6	8.7	18.7	5.0	-0.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
1.1	5.1	7.1	6.5	8.5	Magasins de marchandises diverses
13.0	8.7	2.1	2.7	8.6	Autres magasins de produits semi-durables
8.7	5.9	12.4	10.5	7.8	Autres magasins de produits durables
3.1	6.9	7.4	8.6	8.0	Autres magasins de vente au détail
<b>4.0</b>	<b>5.5</b>	<b>8.6</b>	<b>11.8</b>	<b>10.9</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Québec</b>					
2.2	0.4	0.6	2.7	4.8	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
2.8	5.6	4.3	2.6	-4.9	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
1.2	-5.4	3.8	0.4	-5.4	Magasins de chaussures
2.9	-4.5	-9.7	-8.2	-8.6	Magasins de vêtements pour hommes
5.0	1.2	2.7	4.2	-3.7	Magasins de vêtements pour femmes
13.4	6.4	9.8	5.0	1.4	Autres magasins de vêtements
13.3	11.8	14.8	11.1	9.3	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
8.3	2.7	4.7	2.9	-2.1	Magasins d'accessoires d'ameublement
5.9	0.9	5.2	5.7	12.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
20.3	25.6	35.7	28.7	20.9	Stations-service
-0.2	0.0	7.2	6.6	6.5	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
2.3	2.8	5.9	4.4	8.1	Magasins de marchandises diverses
2.7	0.9	3.0	-6.9	-6.4	Autres magasins de produits semi-durables
5.0	1.9	3.4	-0.4	3.1	Autres magasins de produits durables
9.4	5.3	5.5	15.4	12.8	Autres magasins de vente au détail
<b>5.8</b>	<b>3.3</b>	<b>6.2</b>	<b>5.7</b>	<b>7.1</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter III 2000 Trimestre III	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Ontario</b>					
Supermarkets and grocery stores	4,636.2	4,542.6	4,118.3	4,371.1	4,371.4
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	1,373.5	1,368.4	1,309.5	1,494.5	1,379.6
Shoe stores	158.4	162.0	119.5	173.5	151.1
Men's clothing stores	160.9	169.1	129.2	248.1	152.0
Women's clothing stores	464.3	465.8	359.6	590.7	438.6
Other clothing stores	727.0	622.2	521.1	895.0	651.5
Household furniture and appliance stores	1,173.0	1,043.7	955.8	1,283.3	1,043.6
Household furnishings stores	338.4	302.5	254.6	341.6	284.2
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	7,636.6	8,315.9	6,201.8	6,541.9	7,204.1
Gasoline service stations	2,233.1	2,102.9	1,902.4	1,878.4	1,821.4
Automotive parts, accessories and services	1,580.0	1,574.6	1,258.4	1,603.4	1,457.4
General merchandise stores	3,028.4	2,963.2	2,385.4	3,956.7	2,944.3
Other semi-durable goods stores	1,059.1	986.7	725.4	1,158.3	1,013.6
Other durable goods stores	772.2	696.6	571.1	918.9	716.0
Other retail stores	1,643.3	1,468.7	1,159.2	1,606.0	1,517.0
<b>Total, all stores</b>	<b>27,496.4</b>	<b>27,302.5</b>	<b>22,419.2</b>	<b>27,604.6</b>	<b>25,642.3</b>
<b>Manitoba</b>					
Supermarkets and grocery stores	577.2	571.6	527.8	559.0	546.1
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	76.3	72.8	72.5	80.9	70.4
Shoe stores	11.2	11.5	8.9	13.4	11.0
Men's clothing stores	11.0	11.8	7.9	17.1	10.4
Women's clothing stores	31.7	30.0	22.4	36.5	29.6
Other clothing stores	51.3	45.2	39.2	66.8	51.2
Household furniture and appliance stores	91.0	86.9	76.7	106.5	85.4
Household furnishings stores	18.4	17.1	15.1	18.0	16.7
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	685.6	708.0	592.0	618.6	676.6
Gasoline service stations	223.0	206.4	180.4	184.6	186.4
Automotive parts, accessories and services	120.4	122.3	95.7	123.0	111.8
General merchandise stores	286.6	286.7	235.1	379.8	284.8
Other semi-durable goods stores	53.9	55.7	42.4	75.3	55.2
Other durable goods stores	56.0	54.0	44.4	66.4	54.7
Other retail stores	100.0	100.2	78.5	111.4	102.0
<b>Total, all stores</b>	<b>2,414.3</b>	<b>2,400.6</b>	<b>2,056.1</b>	<b>2,478.7</b>	<b>2,308.9</b>

Tableau 3

**Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter III 2000 Trimestre III	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	
Per cent – Pourcentage					
<b>Ontario</b>					
6.1	5.2	2.6	2.1	0.5	Supermarchés d'alimentation et épicerie
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
-0.4	-0.5	-1.4	3.0	3.7	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
4.8	-5.0	-0.3	-3.1	-6.8	Magasins de chaussures
5.9	7.6	12.3	3.2	2.0	Magasins de vêtements pour hommes
5.9	1.2	6.7	6.4	2.8	Magasins de vêtements pour femmes
11.6	6.1	10.4	8.2	12.3	Autres magasins de vêtements
12.4	15.3	19.1	14.5	11.3	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
19.1	18.2	20.8	11.1	8.5	Magasins d'accessoires d'ameublement
6.0	9.2	9.5	14.0	15.3	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
22.6	28.1	37.6	25.1	16.9	Stations-service
8.4	3.3	7.3	6.4	3.3	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
2.9	5.0	7.2	5.7	12.8	Magasins de marchandises diverses
4.5	1.9	7.6	3.4	13.9	Autres magasins de produits semi-durables
7.8	3.6	7.4	4.2	4.0	Autres magasins de produits durables
8.3	6.3	7.9	10.0	7.3	Autres magasins de vente au détail
<b>7.2</b>	<b>7.7</b>	<b>9.1</b>	<b>8.6</b>	<b>9.2</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Manitoba</b>					
5.7	7.4	7.8	4.2	2.1	Supermarchés d'alimentation et épicerie
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
8.4	5.7	3.9	6.3	1.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
1.8	-6.5	-	-13.5	-12.0	Magasins de chaussures
5.8	3.5	-	0.6	11.8	Magasins de vêtements pour hommes
7.1	0.7	2.3	6.1	8.8	Magasins de vêtements pour femmes
0.2	-0.2	4.8	-0.7	6.0	Autres magasins de vêtements
6.6	16.6	7.0	3.2	6.5	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
10.2	12.5	28.0	24.1	26.5	Magasins d'accessoires d'ameublement
1.3	1.0	-1.1	-2.0	0.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
19.6	23.2	26.2	27.8	19.3	Stations-service
7.7	-1.4	-4.8	-0.1	-5.3	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
0.6	2.8	5.1	1.9	7.9	Magasins de marchandises diverses
-2.4	1.6	0.5	0.9	13.3	Autres magasins de produits semi-durables
2.4	-1.3	8.8	7.6	4.8	Autres magasins de produits durables
-2.0	5.4	8.3	7.3	12.6	Autres magasins de vente au détail
<b>4.6</b>	<b>5.2</b>	<b>5.2</b>	<b>3.4</b>	<b>4.2</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter III 2000 Trimestre III	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Saskatchewan</b>					
Supermarkets and grocery stores	499.9	482.4	427.7	468.9	480.9
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	91.0	90.0	89.4	100.9	94.0
Shoe stores	5.2	5.8	5.1	6.3	5.4
Men's clothing stores	7.5	8.5	6.1	12.0	7.6
Women's clothing stores	24.3	25.1	20.4	31.2	24.3
Other clothing stores	46.0	41.3	33.7	58.3	44.6
Household furniture and appliance stores	67.5	65.6	61.5	89.0	61.6
Household furnishings stores	20.7	18.5	16.3	22.2	20.1
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	542.8	566.4	445.3	481.2	499.7
Gasoline service stations	196.5	179.8	162.1	174.3	181.0
Automotive parts, accessories and services	137.3	133.6	115.5	138.3	130.2
General merchandise stores	271.2	269.7	220.1	342.2	261.4
Other semi-durable goods stores	45.6	48.8	36.6	57.3	44.4
Other durable goods stores	50.6	47.1	39.4	66.2	47.8
Other retail stores	80.6	75.4	58.2	80.6	72.5
<b>Total, all stores</b>	<b>2,100.6</b>	<b>2,076.9</b>	<b>1,752.5</b>	<b>2,149.3</b>	<b>1,990.0</b>
<b>Alberta</b>					
Supermarkets and grocery stores	1,752.8	1,683.0	1,556.5	1,661.7	1,626.0
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	319.9	315.7	307.0	362.3	318.8
Shoe stores	35.2	36.9	27.8	37.6	33.6
Men's clothing stores	42.0	47.3	39.0	68.4	42.9
Women's clothing stores	114.9	110.5	89.1	131.3	104.9
Other clothing stores	231.8	186.4	153.6	243.9	202.0
Household furniture and appliance stores	381.3	344.4	334.1	461.2	356.0
Household furnishings store	89.0	80.5	66.7	85.3	74.2
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	2,281.7	2,531.1	1,934.7	2,032.9	2,066.4
Gasoline service stations	647.4	588.7	538.1	544.9	559.3
Automotive parts, accessories and services	480.6	468.5	348.3	437.7	425.7
General merchandise stores	882.7	843.8	699.8	1,109.8	841.6
Other semi-durable goods stores	229.7	222.6	169.0	266.0	210.5
Other durable goods stores	222.5	205.3	166.4	260.4	215.6
Other retail stores	472.6	439.8	367.2	466.5	437.4
<b>Total, all stores</b>	<b>8,228.7</b>	<b>8,145.6</b>	<b>6,835.5</b>	<b>8,220.2</b>	<b>7,559.9</b>

Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter III 2000 Trimestre III	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	
Per cent – Pourcentage					
<b>Saskatchewan</b>					
4.0	2.7	0.1	-0.9	-0.8	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
-3.2	-2.4	-4.1	-4.9	-4.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-3.7	-6.5	10.9	-3.1	-6.9	Magasins de chaussures
-1.3	3.7	-6.2	-7.7	-6.2	Magasins de vêtements pour hommes
-	-3.1	7.4	2.0	0.8	Magasins de vêtements pour femmes
3.1	5.1	8.4	4.7	6.7	Autres magasins de vêtements
9.6	14.1	11.2	9.1	3.5	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
3.0	-2.1	5.2	7.8	3.1	Magasins d'accessoires d'ameublement
8.6	6.7	8.8	4.0	1.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
8.6	17.1	27.4	26.5	19.5	Stations-service
5.5	3.8	12.5	-0.9	-8.8	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
3.7	7.2	7.3	5.0	8.5	Magasins de marchandises diverses
2.7	-1.8	2.8	0.5	1.8	Autres magasins de produits semi-durables
5.9	2.2	11.6	8.0	3.2	Autres magasins de produits durables
11.2	9.8	7.8	6.9	1.5	Autres magasins de vente au détail
<b>5.6</b>	<b>5.9</b>	<b>7.3</b>	<b>4.1</b>	<b>2.4</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Alberta</b>					
7.8	6.8	6.2	4.3	3.0	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
0.3	0.9	1.6	7.0	10.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
4.8	9.5	8.6	1.3	-6.4	Magasins de chaussures
-2.1	5.6	4.0	-5.4	-1.6	Magasins de vêtements pour hommes
9.5	7.1	5.7	3.5	0.6	Magasins de vêtements pour femmes
14.8	12.2	7.8	-1.5	-6.3	Autres magasins de vêtements
7.1	11.6	15.2	10.8	11.8	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
19.9	15.3	9.3	-0.4	-1.7	Magasins d'accessoires d'ameublement
10.4	18.8	13.6	14.7	7.2	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
15.8	19.8	33.4	25.1	15.4	Stations-service
12.9	8.5	5.4	1.0	2.0	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
4.9	6.3	7.0	4.8	9.4	Magasins de marchandises diverses
9.1	4.5	4.8	4.8	6.2	Autres magasins de produits semi-durables
3.2	4.3	3.5	1.7	1.6	Autres magasins de produits durables
8.0	5.2	7.1	7.2	6.3	Autres magasins de vente au détail
<b>8.8</b>	<b>11.0</b>	<b>10.1</b>	<b>7.9</b>	<b>6.0</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter III 2000 Trimestre III	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>British Columbia</b>					
Supermarkets and grocery stores	2,079.3	1,971.9	1,847.0	1,996.1	1,987.4
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	483.5	456.9	437.9	518.5	435.1
Shoe stores	52.4	49.6	39.9	52.2	50.7
Men's clothing stores	43.1	44.1	36.3	66.5	41.4
Women's clothing stores	141.3	130.5	107.0	160.9	141.6
Other clothing stores	240.0	207.2	182.2	272.2	220.7
Household furniture and appliance stores	403.1	359.7	344.9	469.2	368.3
Household furnishings stores	107.7	102.2	95.4	126.0	110.5
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	2,227.0	2,398.9	1,984.6	1,799.6	2,047.2
Gasoline service stations	807.9	675.6	567.3	591.8	676.6
Automotive parts, accessories and services	472.4	463.8	404.3	458.5	453.3
General merchandise stores	975.3	949.3	813.5	1,267.2	995.8
Other semi-durable goods stores	292.3	298.1	217.4	320.1	289.9
Other durable goods stores	314.2	278.9	245.0	344.5	290.8
Other retail stores	492.4	445.8	378.5	499.5	471.7
<b>Total, all stores</b>	<b>9,279.5</b>	<b>8,972.5</b>	<b>7,836.4</b>	<b>9,092.8</b>	<b>8,721.3</b>
<b>Yukon, Northwest Territories and Nunavut</b>					
Supermarkets and grocery stores	58.7	56.7	49.3	54.1	56.0
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	x
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	1.2	1.2	0.9	1.4	1.2
Other clothing stores	x	x	x	x	x
Household furniture and appliance stores	4.7	4.5	4.1	5.7	4.6
Household furnishings stores	1.6	1.1	1.0	1.4	1.0
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	x	x	x	x	x
Gasoline service stations	x	x	x	x	x
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	x
General merchandise stores	62.9	61.1	54.7	65.0	60.3
Other semi-durable goods stores	7.9	6.9	5.4	7.7	7.7
Other durable goods stores	6.3	6.2	4.0	6.2	6.5
Other retail stores	13.5	11.8	9.2	11.4	12.3
<b>Total, all stores</b>	<b>242.8</b>	<b>238.7</b>	<b>201.4</b>	<b>224.9</b>	<b>235.3</b>

Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter III 2000 Trimestre III	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	
Per cent – Pourcentage					
<b>Colombie-Britannique</b>					
4.6	3.0	3.2	3.9	1.3	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
11.1	8.3	5.1	10.6	6.9	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
3.4	-2.7	5.6	0.8	1.4	Magasins de chaussures
4.1	7.6	8.4	2.2	-1.0	Magasins de vêtements pour hommes
-0.2	0.4	2.3	3.9	6.3	Magasins de vêtements pour femmes
8.7	9.1	12.3	5.0	8.8	Autres magasins de vêtements
9.4	7.6	3.8	5.1	1.3	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
-2.5	1.0	2.8	7.0	10.5	Magasins d'accessoires d'ameublement
8.8	9.1	9.2	4.0	-0.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
19.4	13.1	23.5	11.8	6.0	Stations-service
4.2	5.1	7.1	7.1	8.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
-2.1	1.4	4.8	3.8	10.0	Magasins de marchandises diverses
0.8	-1.0	-2.0	-6.5	0.2	Autres magasins de produits semi-durables
8.0	7.2	1.4	2.2	-2.2	Autres magasins de produits durables
4.4	2.4	4.3	6.8	5.2	Autres magasins de vente au détail
<b>6.4</b>	<b>5.6</b>	<b>6.4</b>	<b>4.6</b>	<b>3.1</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Yukon, Territoires du Nord-Ouest et Nunavut</b>					
4.8	5.6	5.1	9.3	8.1	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
x	x	x	x	x	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
-	-	-	-6.7	-	Magasins de vêtements pour femmes
x	x	x	x	x	Autres magasins de vêtements
2.2	4.7	7.9	11.8	2.2	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
60.0	37.5	100.0	75.0	11.1	Magasins d'accessoires d'ameublement
x	x	x	x	x	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
x	x	x	x	x	Stations-service
x	x	x	x	x	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
4.3	2.2	5.8	7.4	7.7	Magasins de marchandises diverses
2.6	-	10.2	1.3	-2.5	Autres magasins de produits semi-durables
-3.1	6.9	14.3	-4.6	1.6	Autres magasins de produits durables
9.8	11.3	-	10.7	1.7	Autres magasins de vente au détail
<b>3.2</b>	<b>5.7</b>	<b>7.3</b>	<b>6.9</b>	<b>7.2</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter III 2000 Trimestre III	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Yukon</b>					
Supermarkets and grocery stores	28.1	26.1	22.5	25.4	26.4
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	x
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	x	x	x	x	x
Other clothing stores	x	x	x	x	x
Household furniture and appliance stores	x	x	x	x	x
Household furnishings stores	x	x	x	x	x
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	x	x	x	x	x
Gasoline service stations	x	x	x	x	x
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	x
General merchandise stores	x	x	x	x	x
Other semi-durable goods stores	x	x	2.4	3.8	4.6
Other durable goods stores	x	x	x	x	x
Other retail stores	x	x	x	x	x
<b>Total, all stores</b>	<b>94.8</b>	<b>93.8</b>	<b>69.7</b>	<b>81.4</b>	<b>93.9</b>
<b>Nunavut</b>					
Supermarkets and grocery stores	7.7	8.5	6.9	7.7	7.3
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	x
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	x	x	x	x	x
Other clothing stores	x	x	x	x	x
Household furniture and appliance stores	x	x	x	x	x
Household furnishings stores	x	x	x	x	x
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	x	x	x	x	x
Gasoline service stations	x	x	x	x	x
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	x
General merchandise stores	x	x	x	x	x
Other semi-durable goods stores	x	x	x	x	x
Other durable goods stores	x	x	x	x	x
Other retail stores	x	x	x	x	x
<b>Total, all stores</b>	<b>46.4</b>	<b>46.2</b>	<b>41.5</b>	<b>46.3</b>	<b>43.8</b>

Tableau 3

**Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter III 2000 Trimestre III	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	
Per cent – Pourcentage					
					<b>Yukon</b>
6.4	4.4	3.2	5.4	-0.8	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
x	x	x	x	x	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour femmes
x	x	x	x	x	Autres magasins de vêtements
x	x	x	x	x	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
x	x	x	x	x	Magasins d'accessoires d'ameublement
x	x	x	x	x	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
x	x	x	x	x	Stations-service
x	x	x	x	x	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
x	x	x	x	x	Magasins de marchandises diverses
x	x	4.3	-	2.2	Autres magasins de produits semi-durables
x	x	x	x	x	Autres magasins de produits durables
x	x	x	x	x	Autres magasins de vente au détail
<b>1.0</b>	<b>6.0</b>	<b>6.4</b>	<b>5.4</b>	<b>4.8</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
					<b>Nunavut</b>
5.5	3.7	4.5			Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x			Tous les autres magasins d'alimentation
x	x	x			Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x			Magasins de chaussures
x	x	x			Magasins de vêtements pour hommes
x	x	x			Magasins de vêtements pour femmes
x	x	x			Autres magasins de vêtements
x	x	x			Magasins de meubles et d'appareils ménagers
x	x	x			Magasins d'accessoires d'ameublement
x	x	x			Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
x	x	x			Stations-service
x	x	x			Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
x	x	x			Magasins de marchandises diverses
x	x	x			Autres magasins de produits semi-durables
x	x	x			Autres magasins de produits durables
x	x	x			Autres magasins de vente au détail
<b>5.9</b>	<b>3.4</b>	<b>7.2</b>			<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter III 2000 Trimestre III	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Northwest Territories</b>					
Supermarkets and grocery stores	22.9	22.1	19.9	21.1	22.2
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	x
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	x	x	x	x	x
Other clothing stores	x	x	x	x	x
Household furniture and appliance stores	x	x	x	x	x
Household furnishings stores	x	x	x	x	x
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	20.9	20.5	x	15.7	20.9
Gasoline service stations	5.5	4.7	x	6.1	5.4
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	x
General merchandise stores	x	x	x	x	x
Other semi-durable goods stores	x	x	x	x	x
Other durable goods stores	2.3	3.0	1.9	3.1	2.4
Other retail stores	x	x	x	x	x
<b>Total, all stores</b>	<b>101.5</b>	<b>98.7</b>	<b>90.2</b>	<b>97.2</b>	<b>97.5</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter III 2000 Trimestre III	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	
Per cent – Pourcentage					
3.2	7.3	7.6			<b>Territoires du Nord-Ouest</b>
x	x	x			Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x			Tous les autres magasins d'alimentation
					Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x			Magasins de chaussures
x	x	x			Magasins de vêtements pour hommes
x	x	x			Magasins de vêtements pour femmes
x	x	x			Autres magasins de vêtements
x	x	x			Magasins de meubles et d'appareils ménagers
x	x	x			Magasins d'accessoires d'ameublement
-	6.2	x			Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
1.9	9.3	x			Stations-service
x	x	x			Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
x	x	x			Magasins de marchandises diverses
x	x	x			Autres magasins de produits semi-durables
-4.2	3.4	5.6			Autres magasins de produits durables
x	x	x			Autres magasins de vente au détail
4.1	6.5	8.0			<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 4

**Retail Trade Sample Response Fraction and coefficient of Variation  
(Current Periods)**

	Response fraction Fraction de réponse			
	October 2000 Octobre	September 2000 Septembre	August 2000 Août	July 2000 Juillet
	Per cent - Pourcentage			
<b>Trade Group - Canada</b>				
Supermarkets and grocery stores	93.3	95.7	95.6	95.2
All other food stores	84.6	90.2	89.3	86.9
Drugs and patent medicine stores	88.7	90.9	90.8	90.5
Shoe stores	90.4	92.2	86.4	86.2
Men's clothing stores	93.8	94.6	93.3	93.3
Women's clothing stores	92.6	94.3	93.4	92.9
Other clothing stores	91.4	94.3	95.5	95.1
Household furniture and appliance stores	91.3	92.8	93.3	90.2
Household furnishings stores	82.9	85.8	87.4	86.8
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	93.2	94.9	95.6	94.4
Gasoline service stations	92.6	93.9	93.8	94.1
Automotive parts, accessories and services	90.3	93.1	92.5	91.8
General merchandise stores	98.2	98.3	97.9	99.3
Other semi-durable goods stores	86.4	90.0	88.6	88.8
Other durable goods stores	88.0	90.5	88.0	86.2
Other retail stores	90.8	94.2	93.2	93.8
<b>Total, all stores</b>	<b>92.5</b>	<b>94.4</b>	<b>94.4</b>	<b>93.9</b>
<b>Regions</b>				
Newfoundland	94.4	96.0	96.0	96.5
Prince Edward Island	90.5	93.7	94.2	95.1
Nova Scotia	93.7	95.6	95.7	96.3
New Brunswick	88.4	92.5	93.6	93.5
Quebec	91.1	94.2	94.3	93.1
Ontario	93.2	94.8	94.6	94.2
Manitoba	92.8	93.2	93.4	94.4
Saskatchewan	93.2	94.3	93.3	93.2
Alberta	92.8	93.7	94.3	93.3
British Columbia	93.0	94.9	94.1	93.9
Yukon	89.3	88.6	87.6	89.4
Northwest Territories	90.8	94.3	95.1	94.7
Nunavut	83.9	91.9	94.4	97.6

Tableau 4

**Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation  
(périodes courantes)**

Coefficient of variation Coefficient de variation			
October 2000 Octobre	September 2000 Septembre	August 2000 Août	July 2000 Juillet
Per cent – Pourcentage			
<b>Groupe de commerce - Canada</b>			
1.7	1.9	2.0	2.1
6.3	6.3	6.2	6.2
2.4	2.3	2.2	2.2
2.7	2.8	2.7	2.8
3.7	3.6	3.3	3.7
4.1	4.5	2.9	2.5
2.4	2.7	3.0	2.2
3.9	4.0	3.7	4.3
5.1	4.5	4.2	4.0
4.1	4.0	4.2	3.8
3.2	3.1	3.2	3.0
3.0	3.1	2.7	2.8
1.1	1.2	1.3	1.5
4.8	4.9	5.4	5.8
4.1	4.1	3.6	3.7
2.5	3.5	2.5	2.7
1.2	1.3	1.3	1.2
<b>Total, ensemble des magasins</b>			
<b>Régions</b>			
5.4	5.7	5.5	4.2
1.9	1.6	2.2	2.5
3.2	5.1	6.2	5.9
3.7	4.4	4.3	4.1
3.1	3.0	3.6	3.1
2.2	2.4	2.4	2.3
2.4	2.5	2.5	2.3
2.5	2.7	2.4	2.6
2.8	3.0	2.7	2.8
1.9	2.0	2.0	1.9
0.6	0.4	0.3	0.3
-	-	-	-
-	-	-	-

Table 5

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Historical Estimates)**

	October 2000 Octobre	September 2000 Septembre	August 2000 Août	July 2000 Juillet	June 2000 Juin	May 2000 Mai	April 2000 Avril
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Trade Group - Canada</b>							
Supermarkets and grocery stores	4,786.5	4,756.1	4,755.9	4,739.5	4,677.6	4,655.6	4,720.9
All other food stores	376.7	378.6	381.2	378.0	374.4	374.1	375.3
Drugs and patent medicine stores	1,151.3	1,146.0	1,134.7	1,143.0	1,133.5	1,123.9	1,129.2
Shoe stores	135.7	136.4	132.4	136.2	133.1	132.9	129.9
Men's clothing stores	128.3	130.9	132.2	133.7	132.8	131.7	126.1
Women's clothing stores	394.6	395.6	382.9	381.0	384.1	381.8	371.3
Other clothing stores	622.9	636.2	608.0	616.5	603.2	591.4	597.8
Household furniture and appliance stores	1,042.4	1,051.4	1,026.2	1,035.7	1,020.1	1,026.4	1,024.4
Household furnishings stores	245.4	243.5	237.4	242.4	231.2	233.8	231.6
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,953.9	6,322.8	6,325.1	6,258.3	6,172.6	6,048.6	5,945.0
Gasoline service stations	1,944.3	1,916.4	1,832.8	1,860.9	1,837.9	1,778.6	1,772.3
Automotive parts, accessories and services	1,324.1	1,299.7	1,333.6	1,322.4	1,280.7	1,302.7	1,240.3
General merchandise stores	2,659.3	2,579.3	2,609.0	2,655.2	2,604.5	2,570.7	2,563.9
Other semi-durable goods stores	743.1	739.7	740.5	752.1	732.8	719.0	712.9
Other durable goods stores	629.0	626.9	628.9	615.8	619.3	611.4	588.2
Other retail stores	1,155.2	1,139.3	1,133.1	1,116.7	1,113.2	1,105.2	1,093.3
<b>Total, all stores</b>	<b>23,292.7</b>	<b>23,498.7</b>	<b>23,394.1</b>	<b>23,387.4</b>	<b>23,051.0</b>	<b>22,787.9</b>	<b>22,622.4</b>
<b>Regions</b>							
Newfoundland	374.5	377.2	380.1	377.3	376.8	371.7	373.6
Prince Edward Island	102.3	105.0	104.7	105.0	103.4	103.1	104.6
Nova Scotia	702.5	713.7	712.4	723.4	715.4	696.4	699.6
New Brunswick	567.2	583.1	582.5	574.3	577.2	572.8	573.2
Quebec	5,374.1	5,385.8	5,371.8	5,397.3	5,254.7	5,172.5	5,181.4
Ontario	8,994.9	9,073.9	9,003.5	8,978.0	8,854.5	8,801.4	8,625.4
Manitoba	783.2	789.1	794.2	796.5	778.7	779.9	770.9
Saskatchewan	670.5	682.3	684.4	684.7	683.8	678.8	664.2
Alberta	2,667.6	2,703.0	2,683.4	2,697.4	2,656.7	2,630.2	2,630.8
British Columbia	2,977.0	3,008.9	3,000.8	2,978.1	2,974.6	2,905.8	2,922.3
Yukon	28.8	28.1	28.3	27.9	28.7	28.8	29.2
Northwest Territories	33.9	32.9	32.7	32.7	31.3	31.3	31.9
Nunavut	16.2	15.8	15.5	14.8	15.1	15.1	15.2

Tableau 5

Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations historiques)

March 2000 Mars	February 2000 Février	January 2000 Janvier	December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	October 1999 Octobre	
Millions of dollars – Millions de dollars						
4,640.9	4,606.1	4,496.2	4,663.7	4,574.5	4,540.4	<b>Groupe de commerce - Canada</b>
372.9	373.6	370.5	374.4	371.1	367.3	Supermarchés d'alimentation et épiceries
1,109.0	1,111.1	1,121.2	1,117.5	1,130.7	1,116.3	Tous les autres magasins d'alimentation
						Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
143.6	137.4	137.7	136.5	128.0	137.4	Magasins de chaussures
132.1	130.6	128.1	128.0	129.1	131.3	Magasins de vêtements pour hommes
390.2	377.2	385.5	380.3	383.0	379.8	Magasins de vêtements pour femmes
592.8	579.0	586.0	562.3	557.7	567.1	Autres magasins de vêtements
1,011.7	987.5	998.5	970.9	945.6	976.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagères
229.4	229.7	224.7	222.1	229.6	224.0	Magasins d'accessoires d'ameublement
6,114.7	5,829.8	6,146.8	6,107.6	5,877.2	5,657.4	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
1,812.5	1,780.7	1,667.4	1,690.9	1,629.2	1,610.0	Stations-service
1,325.6	1,276.0	1,267.8	1,312.0	1,276.0	1,249.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
2,536.0	2,544.8	2,596.1	2,482.0	2,446.1	2,580.2	Magasins de marchandises diverses
726.9	703.1	745.1	684.6	710.1	713.4	Autres magasins de produits semi-durables
608.3	612.6	606.8	596.1	588.4	594.0	Autres magasins de produits durables
1,092.8	1,079.7	1,066.6	1,089.2	1,077.6	1,067.4	Autres magasins de vente au détail
<b>22,839.6</b>	<b>22,358.9</b>	<b>22,544.9</b>	<b>22,518.2</b>	<b>22,053.9</b>	<b>21,911.9</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
						<b>Régions</b>
372.4	362.0	364.9	360.0	358.9	354.1	Terre-Neuve
101.2	102.5	99.4	101.8	100.1	99.5	Île-du-Prince-Édouard
707.2	697.5	673.3	704.7	692.4	688.2	Nouvelle-Écosse
590.0	559.4	566.7	570.9	561.2	555.3	Nouveau-Brunswick
5,307.0	5,122.1	5,240.1	5,199.4	5,104.2	5,057.5	Québec
8,700.8	8,523.1	8,606.3	8,548.3	8,425.8	8,392.3	Ontario
779.0	776.6	769.9	778.0	755.5	738.3	Manitoba
679.1	665.9	666.4	673.5	657.7	631.7	Saskatchewan
2,605.8	2,572.2	2,582.0	2,577.4	2,502.7	2,497.2	Alberta
2,918.7	2,902.2	2,900.9	2,928.4	2,821.9	2,825.2	Colombie-Britannique
29.0	28.5	27.9	28.5	27.5	26.4	Yukon
33.6	32.2	32.3	32.8	31.2	31.8	Territoires du Nord Ouest
15.6	14.7	14.9	14.5	14.8	14.5	Nunavut



Table 6

**Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Historical Estimates)**

	October 2000 Octobre	September 2000 Septembre	August 2000 Août	July 2000 Juillet	June 2000 Juin	May 2000 Mai	April 2000 Avril
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Trade Group - Canada</b>							
Supermarkets and grocery stores	4,575.8	4,906.2	4,897.8	4,928.8	4,899.7	4,682.4	4,658.9
All other food stores	360.3	374.5	384.2	394.2	393.7	381.0	379.4
Drugs and patent medicine stores	1,143.4	1,120.8	1,126.7	1,106.2	1,123.0	1,118.6	1,078.7
Shoe stores	145.4	151.2	137.2	126.5	144.1	154.8	129.8
Men's clothing stores	126.6	125.5	112.9	115.8	141.8	126.9	110.8
Women's clothing stores	400.3	431.7	364.7	362.1	386.8	408.8	355.9
Other clothing stores	656.0	693.8	658.8	559.6	561.7	554.3	532.8
Household furniture and appliance stores	1,059.1	1,101.0	1,042.0	1,019.9	993.0	940.1	901.7
Household furnishings stores	257.1	249.7	248.3	245.4	238.6	236.1	207.5
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,669.4	6,435.1	6,680.2	6,430.5	7,376.7	7,559.6	6,370.7
Gasoline service stations	1,996.8	1,955.4	1,983.3	2,016.2	1,945.3	1,838.8	1,640.3
Automotive parts, accessories and services	1,331.5	1,267.3	1,365.9	1,392.3	1,418.8	1,482.3	1,195.0
General merchandise stores	2,695.7	2,508.2	2,564.2	2,485.3	2,540.1	2,525.8	2,361.0
Other semi-durable goods stores	711.3	753.5	788.3	786.1	789.1	821.6	632.7
Other durable goods stores	548.1	609.9	674.2	619.0	619.5	606.3	526.0
Other retail stores	1,092.7	1,171.8	1,217.1	1,233.3	1,208.9	1,119.3	1,000.0
<b>Total, all stores</b>	<b>22,769.5</b>	<b>23,855.6</b>	<b>24,245.8</b>	<b>23,821.2</b>	<b>24,780.8</b>	<b>24,557.0</b>	<b>22,081.1</b>
<b>Regions</b>							
Newfoundland	361.8	379.5	407.8	393.3	417.0	402.9	358.8
Prince Edward Island	97.6	106.9	122.5	123.3	117.2	109.4	94.6
Nova Scotia	677.9	715.4	747.5	756.2	788.9	730.1	670.8
New Brunswick	555.4	592.3	623.4	599.8	632.5	627.8	555.7
Quebec	5,277.2	5,435.0	5,633.4	5,524.3	5,709.5	5,798.3	5,268.4
Ontario	8,737.9	9,264.9	9,186.1	9,045.4	9,562.9	9,456.3	8,283.3
Manitoba	768.6	804.2	815.6	794.5	831.2	820.0	749.4
Saskatchewan	673.9	690.0	714.0	696.6	724.9	709.0	643.0
Alberta	2,633.5	2,743.5	2,767.0	2,718.2	2,798.7	2,798.0	2,548.9
British Columbia	2,909.4	3,046.9	3,146.3	3,086.3	3,114.0	3,024.8	2,833.7
Yukon	27.1	28.9	32.9	33.1	34.2	32.6	27.0
Northwest Territories	32.5	32.9	33.4	35.2	35.0	31.9	31.8
Nunavut	16.7	15.4	16.0	15.0	14.7	15.7	15.7

Tableau 6

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations historiques)

March 2000 Mars	February 2000 Février	January 2000 Janvier	December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	October 1999 Octobre	Year 2000 Année	
Millions of dollars – Millions de dollars							
							<b>Groupe de commerce - Canada</b>
4,611.8	4,181.9	4,313.4	5,077.3	4,305.8	4,623.8	46,656.5	Supermarchés d'alimentation et épiceries
354.8	332.6	321.0	473.0	348.4	366.3	3,675.7	Tous les autres magasins d'alimentation
1,101.3	1,043.4	1,070.6	1,415.9	1,116.4	1,115.3	11,032.7	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
116.6	83.3	105.5	178.1	140.1	157.1	1,294.4	Magasins de chaussures
102.1	83.9	98.7	261.0	156.1	136.4	1,145.1	Magasins de vêtements pour hommes
331.8	264.1	276.1	612.4	410.9	399.7	3,582.3	Magasins de vêtements pour femmes
513.3	394.2	424.8	969.1	618.0	614.1	5,549.3	Autres magasins de vêtements
912.5	791.8	828.9	1,454.4	1,045.9	1,010.8	9,590.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
214.4	185.6	171.3	281.9	260.7	233.0	2,254.0	Magasins d'accessoires d'ameublement
6,599.5	4,854.5	4,648.2	5,371.1	5,510.5	5,429.0	62,624.5	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
1,746.2	1,579.4	1,525.5	1,698.2	1,581.1	1,648.3	18,227.3	Stations-service
1,201.7	985.7	1,050.7	1,461.4	1,427.9	1,259.0	12,691.2	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
2,223.6	1,886.2	1,929.0	4,147.0	2,961.3	2,683.1	23,719.2	Magasins de marchandises diverses
570.0	503.7	537.8	1,064.1	762.6	689.4	6,894.1	Autres magasins de produits semi-durables
498.1	455.8	485.8	1,127.6	557.0	534.0	5,642.7	Autres magasins de produits durables
977.7	837.9	811.2	1,558.8	1,006.1	1,064.1	10,669.8	Autres magasins de vente au détail
<b>22,075.5</b>	<b>18,463.9</b>	<b>18,598.5</b>	<b>27,151.3</b>	<b>22,208.9</b>	<b>21,963.3</b>	<b>225,249.0</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
							<b>Régions</b>
357.7	285.5	280.8	435.7	376.5	352.8	3,645.1	Terre-Neuve
87.6	78.0	75.4	121.2	97.7	97.2	1,012.5	Île-du-Prince-Édouard
666.9	577.2	552.7	857.9	708.8	684.8	6,883.5	Nouvelle-Écosse
552.7	444.5	443.4	683.1	569.5	560.7	5,627.4	Nouveau-Brunswick
5,199.3	4,184.5	4,250.7	5,883.1	5,042.7	5,081.5	52,280.4	Québec
8,350.0	7,013.7	7,055.5	10,609.3	8,627.0	8,368.3	85,956.0	Ontario
765.7	648.6	641.8	963.3	760.2	755.2	7,639.7	Manitoba
639.4	548.6	564.5	819.7	667.2	662.4	6,603.9	Saskatchewan
2,531.7	2,124.4	2,179.4	3,167.7	2,533.8	2,518.7	25,843.3	Alberta
2,847.3	2,496.7	2,492.4	3,524.4	2,757.6	2,810.8	28,997.8	Colombie-Britannique
26.9	21.2	21.6	31.3	25.0	25.1	285.5	Yukon
34.9	28.0	27.3	37.4	28.5	31.2	322.9	Territoires du Nord Ouest
15.5	13.1	13.0	17.3	14.2	14.8	150.7	Nunavut

Table 7

**Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region  
(Current Periods)**

	Sales Ventes				
	October 2000 Octobre	September 2000 Septembre	August 2000 Août	July 2000 Juillet	Year-to-date 2000 Cumulatif
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Regions</b>					
Newfoundland	121.8	112.1	118.5	107.9	1,020.9
Prince Edward Island	30.0	32.2	39.0	36.7	291.1
Nova Scotia	216.8	211.6	216.5	209.1	1,959.3
New Brunswick	174.7	168.7	171.9	157.1	1,524.0
Quebec	1,682.9	1,686.7	1,681.8	1,666.9	15,607.4
Ontario	3,158.9	3,176.1	3,100.0	2,979.2	28,525.6
Manitoba	234.3	226.4	237.0	224.0	2,158.0
Saskatchewan	218.0	208.9	218.2	202.5	1,996.6
Alberta	862.0	860.8	872.4	815.9	7,856.8
British Columbia	1,010.9	1,029.8	1,029.0	994.1	9,459.5
Yukon	6.2	6.7	7.8	7.6	63.5
Northwest Territories	12.7	12.7	12.2	12.7	119.7
Nunavut	13.6	12.5	13.0	12.1	121.2
<b>Total</b>	<b>7,743.1</b>	<b>7,745.3</b>	<b>7,717.2</b>	<b>7,425.8</b>	<b>70,703.9</b>

Table 8

**Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region  
(Historical Estimates)**

	October 2000 Octobre	September 2000 Septembre	August 2000 Août	July 2000 Juillet	June 2000 Juin	May 2000 Mai	April 2000 Avril
	October 2000 Octobre	September 2000 Septembre	August 2000 Août	July 2000 Juillet	June 2000 Juin	May 2000 Mai	April 2000 Avril
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Regions</b>							
Newfoundland	121.8	112.1	118.5	107.9	108.9	103.4	99.8
Prince Edward Island	30.0	32.2	39.0	36.7	32.6	28.8	26.4
Nova Scotia	216.8	211.6	216.5	209.1	212.9	198.2	193.0
New Brunswick	174.7	168.7	171.9	157.1	161.8	159.5	147.2
Quebec	1,682.9	1,686.7	1,681.8	1,666.9	1,717.8	1,701.2	1,541.3
Ontario	3,158.9	3,176.1	3,100.0	2,979.2	3,026.1	3,051.7	2,702.5
Manitoba	234.3	226.4	237.0	224.0	229.7	228.3	213.7
Saskatchewan	218.0	208.9	218.2	202.5	214.2	211.9	194.3
Alberta	862.0	860.8	872.4	815.9	817.7	807.6	768.1
British Columbia	1,010.9	1,029.8	1,029.0	994.1	984.1	971.5	920.8
Yukon	6.2	6.7	7.8	7.6	7.1	6.5	5.8
Northwest Territories	12.7	12.7	12.2	12.7	13.3	12.6	11.6
Nunavut	13.6	12.5	13.0	12.1	11.7	12.3	12.5
<b>Total</b>	<b>7,743.1</b>	<b>7,745.3</b>	<b>7,717.2</b>	<b>7,425.8</b>	<b>7,537.8</b>	<b>7,493.5</b>	<b>6,836.9</b>

Tableau 7

**Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)**

Change from previous year  
Variation par rapport à l'année précédente

October 2000 Octobre	September 2000 Septembre	August 2000 Août	July 2000 Juillet	Year-to-date 2000 Cumulatif	
Per cent – Pourcentage					
					<b>Régions</b>
1.6	1.6	10.6	4.1	4.7	Terre-Neuve
0.7	3.9	7.1	2.2	5.5	Île-du-Prince-Édouard
-2.0	2.7	0.3	2.7	3.0	Nouvelle-Écosse
2.2	6.5	5.6	1.6	5.7	Nouveau-Brunswick
0.9	7.5	6.4	3.4	4.8	Québec
3.1	7.4	5.3	3.7	5.5	Ontario
-0.7	1.9	4.2	1.9	3.4	Manitoba
-1.0	4.1	4.7	0.1	3.6	Saskatchewan
5.0	7.5	6.5	4.6	6.4	Alberta
2.1	3.5	5.1	2.3	3.7	Colombie-Britannique
1.6	-	2.6	1.3	6.9	Yukon
1.6	5.8	5.2	5.8	4.1	Territoires du Nord Ouest
13.3	6.8	6.6	1.7	6.2	Nunavut
<b>2.2</b>	<b>6.4</b>	<b>5.5</b>	<b>3.3</b>	<b>5.0</b>	<b>Total</b>

Tableau 8

**Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)**

March 2000 Mars	February 2000 Février	January 2000 Janvier	December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	October 1999 Octobre	Year 2000 Année	
Millions of dollars – Millions de dollars							
							<b>Régions</b>
92.4	77.8	78.3	182.8	147.7	119.9	1,020.9	Terre-Neuve
24.1	21.2	20.1	48.5	33.6	29.8	291.1	Île-du-Prince-Édouard
185.8	160.5	154.9	360.3	261.2	221.3	1,959.3	Nouvelle-Écosse
141.4	120.6	121.1	267.6	198.6	171.0	1,524.0	Nouveau-Brunswick
1,425.1	1,199.7	1,304.0	2,305.6	1,665.7	1,668.5	15,607.4	Québec
2,634.0	2,303.4	2,393.7	4,712.8	3,283.3	3,064.5	28,525.6	Ontario
209.5	177.2	177.9	374.1	250.8	235.9	2,158.0	Manitoba
187.3	167.6	173.7	332.9	232.5	220.1	1,996.6	Saskatchewan
747.7	645.1	659.5	1,317.2	888.1	820.9	7,856.8	Alberta
905.8	793.3	820.2	1,569.5	1,037.5	990.4	9,459.5	Colombie-Britannique
6.2	4.8	4.8	9.3	6.4	6.1	63.5	Yukon
12.0	10.3	9.6	16.8	12.0	12.5	119.7	Territoires du Nord Ouest
12.5	10.5	10.5	14.1	11.6	12.0	121.2	Nunavut
<b>6,583.8</b>	<b>5,692.0</b>	<b>5,928.5</b>	<b>11,511.5</b>	<b>8,029.1</b>	<b>7,572.8</b>	<b>70,703.9</b>	<b>Total</b>

Table 9

## Retail Sales, Canada, Current and Constant (1992) Dollar Estimates

	Price Index	Current Dollars	Unadjusted Non désaisonnalisé		Constant 1992 dollars Dollars constants 1992	Year to year per cent change Variation en pourcentage pour l'année
			Year to year per cent change Variation en pourcentage pour l'année			
	Indice des prix	Dollars courants				
		Millions \$	%	Millions \$		%
<b>1998</b>						
January	107.6	17,223.5	4.8	16,010.9		3.9
February	107.7	16,271.3	4.2	15,108.5		4.0
March	108.7	18,738.1	6.1	17,240.8		5.6
April	108.6	20,804.2	5.1	19,156.7		5.1
May	108.9	22,336.2	2.9	20,512.7		2.5
June	108.8	21,643.7	4.8	19,884.0		4.1
July	107.8	21,696.9	4.7	20,129.8		4.4
August	107.3	20,608.3	1.9	19,207.8		2.0
September	107.6	20,660.5	5.0	19,193.2		4.7
October	107.6	21,078.5	2.1	19,596.3		2.3
November	107.7	20,716.2	2.6	19,243.8		2.4
December	106.1	24,863.5	1.4	23,430.1		1.7
<b>Year</b>	<b>107.9</b>	<b>246,641.0</b>	<b>3.8</b>	<b>228,714.6</b>		<b>3.6</b>
<b>1999</b>						
January	107.9	17,724.5	2.9	16,422.5		2.6
February	108.2	16,936.5	4.1	15,658.8		3.6
March	110.0	20,169.7	7.6	18,335.5		6.3
April	110.4	21,552.2	3.6	19,522.8		1.9
May	110.4	22,659.2	1.4	20,530.3		0.1
June	110.4	22,892.8	5.8	20,728.0		4.2
July	109.9	23,002.3	6.0	20,933.3		4.0
August	110.0	22,168.4	7.6	20,150.1		4.9
September	110.6	22,261.4	7.7	20,125.9		4.9
October	110.2	21,963.3	4.2	19,933.4		1.7
November	110.1	22,208.9	7.2	20,162.6		4.8
December	108.8	27,151.3	9.2	24,949.9		6.5
<b>Year</b>	<b>109.7</b>	<b>260,690.7</b>	<b>5.6</b>	<b>237,453.1</b>		<b>3.8</b>
<b>2000</b>						
January	110.1	18,598.5	4.9	16,896.6		2.9
February	110.7	18,463.9	9.0	16,677.7		6.5
March	112.4	22,075.5	9.4	19,632.4		7.1
April	111.4	22,081.1	2.5	19,829.6		1.6
May	111.8	24,557.0	8.4	21,965.4		7.0
June	112.3	24,780.8	8.2	22,057.3		6.4
July	111.6	23,821.2	3.6	21,351.6		2.0
August	111.4	24,245.8	9.4	21,767.1		8.0
September	111.8	23,855.6	7.2	21,342.3		6.0
October	111.1	22,769.5	3.7	20,492.6		2.8
November						
December						
<b>Year</b>						

1. Seasonally adjusted constant (1992) dollar estimates are derived by deflating, with an implicit price index, the seasonally adjusted current dollar estimate.



Tableau 9

## Commerce de détail, Canada, estimations en dollars courants et constants (1992)

Price Index Indice des prix	Current Dollars Dollars courants	Seasonally adjusted Désaisonnalisé		Constant 1992 dollars <sup>1</sup> Dollars constants 1992 <sup>1</sup>	Month to month per cent change Variation en pourcentage pour le mois	
		Month to month per cent change Variation en pourcentage pour le mois				
	Millions \$	%	Millions \$	%		
						<b>1998</b>
107.7	20,053.5	-3.8	18,617.3	-3.1		Janvier
107.5	20,348.0	1.5	18,926.9	1.7		Février
107.5	20,338.8	0.0	18,923.0	0.0		Mars
107.5	20,727.2	1.9	19,274.8	1.9		Avril
107.9	20,690.3	-0.2	19,170.9	-0.5		Mai
108.0	20,455.0	-1.1	18,931.5	-1.2		Juin
107.8	20,625.3	0.8	19,138.1	1.1		Juillet
107.7	20,560.3	-0.3	19,086.2	-0.3		Août
108.0	20,744.9	0.9	19,202.0	0.6		Septembre
107.9	20,578.6	-0.8	19,068.4	-0.7		Octobre
108.1	20,827.8	1.2	19,269.9	1.1		Novembre
107.9	20,691.3	-0.7	19,174.7	-0.5		Décembre
<b>107.8</b>	<b>246,641.0</b>	<b>...</b>	<b>228,783.7</b>	<b>...</b>		<b>Année</b>
						<b>1999</b>
108.2	21,100.2	2.0	19,507.9	1.7		Janvier
108.1	21,231.3	0.6	19,644.7	0.7		Février
108.7	21,397.1	0.8	19,690.2	0.2		Mars
109.3	21,353.8	-0.2	19,536.4	-0.8		Avril
109.4	21,349.1	0.0	19,507.8	-0.1		Mai
109.5	21,538.6	0.9	19,662.6	0.8		Juin
109.9	21,871.9	1.5	19,906.4	1.2		Juillet
110.4	22,157.5	1.3	20,065.2	0.8		Août
110.9	22,207.3	0.2	20,022.4	-0.2		Septembre
110.6	21,911.9	-1.3	19,818.4	-1.0		Octobre
110.6	22,053.9	0.6	19,944.3	0.6		Novembre
111.0	22,518.2	2.1	20,283.4	1.7		Décembre
<b>109.7</b>	<b>260,690.7</b>	<b>...</b>	<b>237,589.7</b>	<b>...</b>		<b>Année</b>
						<b>2000</b>
110.0	22,544.9	0.1	20,503.0	1.1		Janvier
110.3	22,358.9	-0.8	20,275.5	-1.1		Février
111.2	22,839.6	2.2	20,541.9	1.3		Mars
110.5	22,622.4	-1.0	20,476.8	-0.3		Avril
111.0	22,787.9	0.7	20,529.3	0.3		Mai
111.5	23,051.0	1.2	20,673.1	0.7		Juin
111.4	23,387.4	1.5	20,994.9	1.6		Juillet
111.5	23,394.1	0.0	20,979.8	-0.1		Août
111.9	23,498.7	0.4	21,001.5	0.1		Septembre
111.5	23,292.7	-0.9	20,889.7	-0.5		Octobre
						Novembre
						Décembre
						<b>Année</b>

1. La désaisonnalisation des estimations en dollars constants (1992) s'obtient en dégonflant avec un indice implicite, les données désaisonnalisées en dollars courants.



## APPENDIX I

### Définitions

**Retail Trade**, for the purpose of this publication, is defined as "the aggregate sales made through retail locations (outlets)".

A **retail location**, as defined by Statistics Canada, is a "business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public, for household or personal consumption". Retail trade estimates do **not** include any form of direct selling which bypasses the retail store, e.g., direct door-to-door selling; sales made through automatic vending machines; sales of newspapers or magazines sold directly by printers or publishers; and sales made by book and record clubs. The only exception is the mail-order and catalogue sales activities of department store businesses which have been classified to the "general merchandise store" category. In addition, retail trade excludes retail sales through ancillary units, (e.g., warehouses, head offices, etc.), sales of contractors whose major activity is not retailing; and retail transactions between individuals.

**Total net sales** include sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, food serving and other service activities, **less** returns, adjustments and discounts. Total net sales also include trade-in allowances, commissions earned from sales of goods owned by others (including commissions received for lottery ticket sales) and proprietor's withdrawals of goods for personal use (at retail). Non-operating revenues, bad debts recovered and sales taxes (provincial sales taxes, the Goods and Services Tax (GST) and the Harmonized Sales Tax (HST)) collected for remittance to a government agency are excluded. Prior to January 1991, sales data included the Federal Sales Tax (FST). Due to this change in indirect taxes, data prior to 1991 are not strictly comparable with those of subsequent years. For users interested in deriving comparable data, an estimate of the amount of FST included in retail sales for 1990 is available for Canada from the Retail Trade Section. The reliability of this estimate does not permit adjustments at the provincial level.

**Department store type merchandise (DSTM)** is defined as total retail trade minus the following trade groups: super-markets and grocery stores; all other food stores; recreational and motor vehicle dealers; gasoline service stations; automotive parts, accessories and services; and all other retail stores (includes liquor, wine and beer stores and retail stores, n.e.c.).

## ANNEXE I

### Définitions

**Commerce de détail** signifie, pour les besoins de la présente publication, « l'ensemble des ventes effectuées par des points de vente au détail ».

Un **point de vente au détail**, suivant la définition de Statistique Canada, est un « local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et de services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle ». Les estimations relatives au commerce de détail **ne prennent pas** en compte les ventes directes, c'est-à-dire les ventes qui ne sont pas effectuées par l'intermédiaire d'un point de vente au détail, par exemple les ventes directes par démarchage, les ventes par distributeur automatique, les ventes de journaux ou de revues effectuées directement par les imprimeurs et les éditeurs, et les ventes effectuées par les clubs de livres et les clubs de disques. Il n'y a qu'une exception: les ventes des grands magasins effectuées par la poste ou par catalogue, qui sont classées dans la catégorie des « magasins de marchandises diverses ». En outre, le commerce de détail ne comprend pas les ventes au détail des unités auxiliaires (par exemple, entrepôts, sièges sociaux, etc.), ni les ventes des entrepreneurs dont l'activité principale ne relève pas du commerce de détail, ni les opérations de vente au détail entre particuliers.

**Les ventes nettes totales** comprennent les ventes de marchandises neuves et d'occasion et les recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres activités de services, **moins** la valeur des rendus (marchandises retournées), les ajustements et les rabais. Les ventes totales nettes comprennent également la valeur des reprises, les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui (y compris les commissions touchées pour la vente de billets de loterie) et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel. On ne prend pas en compte les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente (les taxes de vente provinciale, la taxe sur les produits et les services (TPS) et la taxe de vente harmonisée (TVH)) perçues pour le compte d'un organisme public. Les données sur les ventes antérieures à janvier 1991 incluent la taxe de vente fédérale (TVF). Dû à ce changement dans les taxes indirectes, les données avant 1991 ne sont pas tout à fait comparables avec celles des années subséquentes. Pour les utilisateurs intéressés à calculer des données comparables, une estimation du montant de la TVF inclus dans les ventes au détail pour 1990 est disponible pour le Canada auprès de la Section du commerce de détail. Cette estimation n'est pas suffisamment fiable pour permettre des ajustements au niveau provincial.

**Les marchandises du genre de celles vendues dans les grands magasins (MGGM)** correspondent au total du commerce de détail moins les groupes de commerce suivants: les supermarchés d'alimentation et les épiceries; tous les autres magasins d'alimentation; les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs; les stations-service; les magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services; et les autres magasins de vente au détail (comprend les magasins de spiritueux, de vin et de bière et les magasins de vente au détail, n.e.a.).

**APPENDIX II****Trade Group Coverage****010 Supermarkets and Grocery Stores**

- 6011 Supermarkets
- 6012 Grocery stores(except supermarkets)

**020 All Other Food Stores**

- 6013 Bakery products stores
- 6014 Candy and nut stores
- 6015 Fruit and vegetable stores
- 6016 Meat markets
- 6019 Other specialty food stores, n.e.c.

**030 Drugs and Patent Medicine Stores**

- 6031 Pharmacies
- 6032 Patent medicine and toiletries stores

**040 Shoe Stores**

- 6111 Shoe stores

**050 Men's Clothing Stores**

- 6121 Men's clothing stores

**060 Women's Clothing Stores**

- 6131 Women's clothing stores

**070 Other Clothing Stores**

- 6141 Children's clothing stores
- 6142 Fur goods stores
- 6149 Other clothing stores, n.e.c.
- 6151 Fabric and yarn stores

**080 Household Furniture and Appliance Stores**

- 6211 Household furniture stores (with appliances and furnishings)
- 6212 Household furniture stores (without appliances and furnishings)
- 6213 Furniture refinishing and repair shops
- 6221 Appliance, television, radio and stereo stores
- 6222 Television, radio and stereo stores
- 6223 Appliance, television, radio and stereo repair shops

**090 Household Furnishings Stores**

- 6231 Floor covering stores
- 6232 Drapery stores
- 6239 Other household furnishings stores

**ANNEXE II****Couverture des groupes de commerce****010 Supermarchés d'alimentation et épiceries**

- 6011 Supermarchés d'alimentation
- 6012 Épiceries (sauf les supermarchés)

**020 Tous les autres magasins d'alimentation**

- 6013 Boulangeries-pâtisseries
- 6014 Confiseries et magasins de noix
- 6015 Magasins de fruits et légumes
- 6016 Marchés de viande
- 6019 Autres magasins d'alimentation spécialisés, n.c.a.

**030 Pharmacies et magasins de médicaments brevetés**

- 6031 Pharmacies
- 6032 Magasins de médicaments brevetés et de produits de toilette

**040 Magasins de chaussures**

- 6111 Magasins de chaussures

**050 Magasins de vêtements pour hommes**

- 6121 Magasins de vêtements pour hommes

**060 Magasins de vêtements pour dames**

- 6131 Magasins de vêtements pour dames

**070 Autres magasins de vêtements**

- 6141 Magasins de vêtements pour enfants
- 6142 Magasins de fourrures
- 6149 Autres magasins de vêtements, n.c.a.
- 6151 Magasins de tissus et de filés

**080 Magasins de meubles et d'appareils ménagers**

- 6211 Magasins de meubles de maison (avec appareils ménagers et accessoires d'ameublement)
- 6212 Magasins de meubles de maison (sans appareils ménagers ni accessoires d'ameublement)
- 6213 Ateliers de réparation de meubles
- 6221 Magasins d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
- 6222 Magasins de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
- 6223 Ateliers de réparation d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques

**090 Magasins d'accessoires d'ameublement**

- 6231 Magasins de revêtements de sol
- 6232 Magasins de tentures
- 6239 Autres magasins d'accessoires d'ameublement



**100 Motor and Recreational Vehicle Dealers**

6311	Automobile (new) dealers
6312	Automobile (used) dealers
6321	Motor home and travel trailer dealers
6322	Boats, outboard motors and boating accessories dealers
6323	Motorcycle and snowmobile dealers
6329	Other recreational vehicle dealers

**110 Gasoline Service Stations**

6331	Gasoline service stations
------	---------------------------

**120 Automotive Parts, Accessories and Services**

6341	Home and auto supply stores
6342	Tire, battery, parts and accessories stores
6351	Garages (general repairs)
6352	Paint and body repair shops
6353	Muffler replacement shops
6354	Motor vehicle glass replacement shops
6355	Motor vehicle transmission repair and replacement shops
6359	Other motor vehicle repair shops
6391	Car washes
6399	Other motor vehicle services, n.e.c.

**130 General Merchandise Stores**

6411	Department stores
6412	General stores
6413	Other general merchandise stores (variety and general merchandise stores)

**140 Other Semi-Durable Goods Stores**

6511	Book and stationery stores
6521	Florist shops
6522	Lawn and garden centres
6531	Hardware stores
6532	Paint, glass and wallpaper stores
6581	Toy and hobby stores
6582	Gift, novelty and souvenir stores

**150 Other Durable Goods Stores**

6541	Sporting goods stores
6542	Bicycle shops
6551	Musical instrument stores
6552	Record and tape stores
6561	Jewellery stores
6562	Watch and jewellery repair shops
6571	Camera and photographic supply stores

**100 Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs**

6311	Concessionnaires d'automobiles neuves
6312	Concessionnaires d'automobiles d'occasion
6321	Marchands de roulottes motorisées et de roulottes de voyage
6322	Marchands de bateaux, de moteurs hors-bord et d'accessoires pour bateaux
6323	Marchands de motocyclettes et de motoneiges
6329	Autres marchands de véhicules de loisir

**110 Stations-service**

6331	Stations-service
------	------------------

**120 Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services**

6341	Magasins de fournitures pour la maison et pour l'automobile
6342	Magasins de pneus, d'accumulateurs, de pièces et d'accessoires
6351	Garages (réparations générales)
6352	Ateliers de peinture et de carrosserie
6353	Ateliers de remplacement de silencieux
6354	Ateliers de remplacement de glaces pour véhicules automobiles
6355	Ateliers de réparation et de remplacement de boîtes de vitesse de véhicules automobiles
6359	Autres ateliers de réparation de véhicules automobiles
6391	Lave-autos
6399	Autres services pour véhicules automobiles, n.c.a.

**130 Magasins de marchandises diverses**

6411	Magasins à rayons
6412	Magasins généraux
6413	Autres magasins de marchandises diverses (bazars et magasins de marchandises diverses)

**140 Autres magasins de produits semi-durables**

6511	Librairies et papeteries
6521	Fleuristes
6522	Centres de jardinage
6531	Quincailleries
6532	Magasins de peinture, de vitre et de papier peint
6581	Magasins de jouets et d'articles de loisir
6582	Magasins de cadeaux, d'articles de fantaisie et de souvenirs

**150 Autres magasins de produits durables**

6541	Magasins d'articles de sport
6542	Magasins de bicyclettes
6551	Magasins d'instruments de musique
6552	Magasins de disques et de bandes magnétiques
6561	Bijouteries
6562	Ateliers de réparation de montres et de bijoux
6571	Magasins d'appareils et de fournitures photographiques



**160 Other Retail Stores**

6021	Liquor stores
6022	Wine stores
6023	Beer stores
6591	Second-hand merchandise stores, n.e.c.
6592	Opticians' shops
6593	Art galleries and artists' supply stores
6594	Luggage and leather goods stores
6595	Monument and tombstone dealers
6596	Pet stores
6597	Coin and stamp dealers
6598	Mobile home dealers
6599	Other retail stores, n.e.c.

**160 Autres magasins de vente au détail**

6021	Magasins de spiritueux
6022	Magasins de vin
6023	Magasins de bière
6591	Magasins de marchandises d'occasion, n.c.a.
6592	Opticiens
6593	Galleries d'art et magasins de fournitures pour artistes
6594	Magasins de bagages et de maroquinerie
6595	Magasins de monuments funéraires et de pierres tombales
6596	Magasins d'animaux de maison
6597	Marchands de pièces de monnaie et de timbres
6598	Marchands de maisons mobiles
6599	Autres magasins de vente au détail, n.c.a.



# ORDER FORM

Statistics Canada

## TO ORDER:



MAIL

Statistics Canada  
Dissemination Division  
Circulation Management  
120 Parkdale Avenue  
Ottawa, Ontario  
K1A 0T6 Canada



PHONE

1 800 267-6677  
(613) 951-7277



FAX

1 877 287-4369  
(613) 951-1584



E-MAIL: [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca)

(Please print)



1 800 363-7629

Telecommunication Device  
for the Hearing Impaired

Company

Department

Attention

Title

Address

City

Province

Postal Code

Phone

Fax

E-mail Address:

Your personal information is protected by the *Privacy Act*.\*\*

## METHOD OF PAYMENT:

(Check only one)



Please charge my:



VISA



MasterCard

Card Number

Expiry Date

Cardholder (please print)

Signature



Payment enclosed \$

(payable to the Receiver General for Canada)



Purchase  
Order Number  
(please enclose)

Authorized Signature

Catalogue  
Number

Title

Date of  
issue(s)  
or  
indicate an  
"S" for  
subscription(s)

Price  
(All prices exclude  
sales tax)

\*Shipping Charges  
(Applicable to  
shipments sent  
outside Canada)

Quantity

Total  
\$



\*Shipping charges: No shipping charges for delivery in Canada. For shipments to the United States, please add \$6 per issue or item ordered. For shipments to other countries, please add \$10 per issue or item ordered. Annual frequency = 1. Quarterly frequency = 4. Monthly frequency = 12.



Canadian clients add either 7% GST and applicable PST or HST (GST Registration No. R121491807).



Clients outside Canada pay in Canadian dollars drawn on a Canadian bank or pay in equivalent US dollars, converted at the prevailing daily exchange rate, drawn on a US bank.



Statistics Canada is FIS-ready. Federal government departments and agencies must include with all orders their IS Organization Code \_\_\_\_\_ and IS Reference Code \_\_\_\_\_.



\*\* Statistics Canada will only use your information to complete this sales transaction, deliver your product(s), and administer your account. From time to time, we may also offer you other Statistics Canada products and services and conduct market research. If you do not wish to be contacted again for promotional purposes ☐ and/or market research, ☐ check as appropriate and fax or mail this page to us, call 1 800 700-1033 or e-mail [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca).

SUBTOTAL

GST (7%)

Applicable PST

Applicable HST  
(N.S., N.B., Nfld.)

GRAND TOTAL

PF099000

## THANK YOU FOR YOUR ORDER!

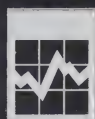


Statistics  
Canada

Statistique  
Canada

[www.statcan.ca](http://www.statcan.ca)

Canada



# BON DE COMMANDE

## Statistique Canada

### POUR COMMANDER :



COURRIER

Statistique Canada  
Division de la diffusion  
Gestion de la circulation  
120, avenue Parkdale  
Ottawa (Ontario)  
K1A 0T6 Canada



TÉLÉPHONE  
1 800 267-6677  
(613) 951-7277



TÉLÉCOPIEUR  
1 877 287-4369  
(613) 951-1584



COURRIEL : [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca)



1 800 363-7629  
Appareils de télécommunications  
pour les malentendants

(Veuillez écrire en majuscules)

Compagnie

Service

À l'attention de

Fonction

Adresse

Ville

Province

Code postal

Téléphone

Télécopieur

Courriel :

**Vos renseignements personnels sont protégés par la Loi sur la protection des renseignements personnels.\*\***

### MODALITÉS DE PAIEMENT :

(Cochez une seule case)

☐ Veuillez débiter mon compte ☐ VISA ☐ MasterCard

N° de carte

Date d'expiration

Détenteur de carte (en majuscules s.v.p.)

Signature

☐ Paiement inclus \$ (à l'ordre du Receveur général du Canada)

☐ N° du bon de commande (veuillez joindre le bon)

Signature de la personne autorisée

Numéro au catalogue	Titre	Édition(s) demandée(s) ou inscrire « A » pour les abonnements	Prix (Les prix n'incluent pas la taxe de vente)	*Frais de port (Pour les envois à l'extérieur du Canada)	Quantité	Total \$

\*Frais de port : Aucuns frais pour les envois au Canada. Pour les envois à destination des États-Unis, veuillez ajouter 6 \$ pour chaque numéro ou article commandé. Pour les envois à destination des autres pays, veuillez ajouter 10 \$ pour chaque numéro ou article commandé. Fréquence des parutions : publication annuelle = 1; publication trimestrielle = 4; publication mensuelle = 12.

Les clients canadiens ajoutent soit la TPS de 7 % et la TVP en vigueur, soit la TVH (TPS numéro R121491807).

Les clients de l'étranger paient en dollars canadiens tirés sur une banque canadienne ou en dollars US tirés sur une banque américaine selon le taux de change quotidien en vigueur.

Statistique Canada utilise la SIF. Les ministères et les organismes du gouvernement fédéral doivent indiquer sur toutes les commandes leur code d'organisme RI et leur code de référence RI.

\*\* Statistique Canada utilisera les renseignements qui vous concernent seulement pour effectuer la présente transaction, livrer votre (vos) produit(s) et gérer votre compte. Nous pourrions de temps à autre vous informer au sujet d'autres produits et services de Statistique Canada et mener des études de marché. Si vous ne voulez pas qu'on communique avec vous de nouveau pour des promotions ou des études de marché, cochez la case correspondante et faites-nous parvenir cette page par télécopieur ou par la poste, téléphonez-nous au 1 800 700-1033 ou envoyez un courriel à [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca).

TOTAL

TPS (7 %)

TVP en vigueur

TVH en vigueur (N.-É., N.-B., T.-N.)

TOTAL GÉNÉRAL

PF099000

## MERCI DE VOTRE COMMANDE!



Statistique Canada  
Statistics Canada

[www.statcan.ca](http://www.statcan.ca)

Canada



# INFORMATION IS YOUR PASSPORT TO SUCCESS

- ▶ IT GIVES YOUR BUSINESS THE COMPETITIVE EDGE.
- ▶ IT MAKES YOUR SOCIAL PROGRAMS RELEVANT AND BENEFICIAL.
- ▶ IT KEEPS YOU ON TOP OF CURRENT ISSUES AND CONCERNS.

## DEPEND ON THE MOST RELIABLE SOURCE

For developing business plans and market strategies, keeping abreast of social and economic trends or establishing an excellent information resource from which to draw, we've got your answer!

## ADVISORY SERVICES

Our expert consultants are available to help you make the most of your Statistics Canada experience. We will:

- ✓ work with you to define your needs.
- ✓ sift through our vast resources and put together an information package designed to meet those needs.
- ✓ analyze and interpret your customized data packages.
- ✓ even conduct surveys tailored to your specialized requirements.

## DRAW ON OUR EXPERTISE

Contact the Reference Centre nearest you to find out how to get prepared for your journey into the future!

National toll-free enquiries line:  
1 800 263-1136

National TTY line:  
1 800 363-7629

E-Mail: [infostats@statcan.ca](mailto:infostats@statcan.ca)

# L'INFORMATION VOTRE PASSEPORT VERS LA RÉUSSITE

- ▶ L'INFORMATION CONFÈRE UNE LONGUEUR D'AVANCE À VOTRE ENTREPRISE.
- ▶ BIEN INFORMÉ, VOUS METTREZ AU POINT DES PROGRAMMES SOCIAUX PERTINENTS ET PROFITABLES.
- ▶ ET VOUS SEREZ À L'AVANT-GARDE DES QUESTIONS ET DES PROBLÈMES ACTUELS.

## FIEZ-VOUS À LA SOURCE LA PLUS SÛRE

Qu'il s'agisse d'élaborer un plan d'entreprise ou des stratégies de marché, de rester au diapason des tendances sociales et économiques ou de vous doter d'une excellente ressource où puiser de l'information, nous avons la solution qu'il vous faut!

## SERVICES CONSULTATIFS

Nos experts-conseils sont là pour vous aider à tirer le meilleur parti de votre relation avec Statistique Canada. Cela signifie que :

- ✓ nous travaillerons avec vous pour préciser vos besoins.
- ✓ nous passerons nos vastes ressources au crible afin de mettre au point une trousse d'information conçue pour répondre à ces besoins.
- ✓ nous analyserons et interpréterons vos séries de données personnalisées.
- ✓ nous irons jusqu'à mener des sondages conçus pour répondre à vos besoins particuliers.

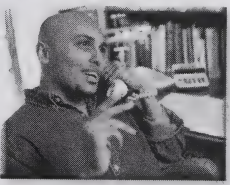
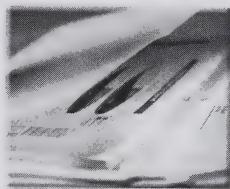
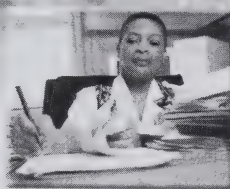
## PROFITEZ DE NOS COMPÉTENCES

Communiquez avec le Centre de consultation le plus près de chez vous pour savoir comment vous préparer à votre voyage vers l'avenir!

Service de renseignements sans frais au Canada : 1 800 263-1136

Numéro de l'ATME pour le Canada :  
1 800 363-7629

Courriel : [infostats@statcan.ca](mailto:infostats@statcan.ca)



# Add to your favorites

## STATISTICS CANADA'S ONLINE CATALOGUE OF PRODUCTS AND SERVICES

# Ajoutez à vos favoris

## LE CATALOGUE EN LIGNE DES PRODUITS ET SERVICES DE STATISTIQUE CANADA

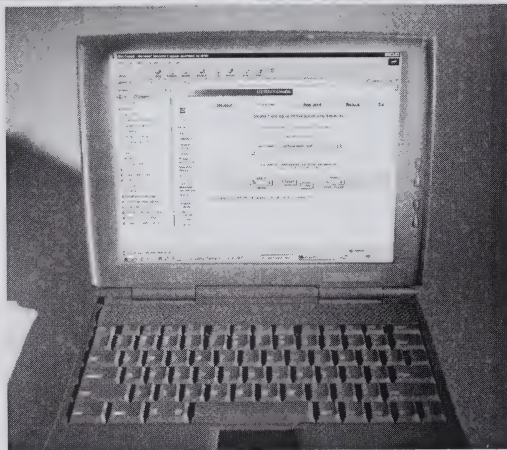
Whether you're looking for information about the census, health data or recent economic news, Statistics Canada's *Online Catalogue of Products and Services* has the answer to your questions!

Access a variety of data through an **efficient** and **up-to-date** search tool, for work, analyses or personal use.

### A NO NONSENSE SEARCH

Search the *Catalogue* through keywords, expressions, titles, subjects and more!

A thesaurus is available to make your search **easier** and **save you time**.



Que vous soyez à la recherche d'information sur le recensement, de données sur la santé ou encore de nouvelles économiques récentes, le *Catalogue en ligne des produits et services* de Statistique Canada a la réponse à vos questions!

Cet outil de recherche **efficace** et **à jour** vous permettra d'accéder à une variété de données pour vos travaux, vos analyses ou tout simplement pour votre information personnelle.

### CHERCHER SANS VOUS CASSER LA TÊTE

Le *Catalogue* vous permet d'effectuer une recherche par mots-clés, expressions, titres, sujets et bien plus encore!

Un thésaurus est mis à votre

disposition pour **faciliter** votre recherche et **économiser du temps**.

### RESULTS THAT MEET YOUR EXPECTATIONS!

Access a wide variety of products and services in hard copy or electronic format:

- articles
- publications
- research documents
- and more!
- surveys
- CD-ROM
- customized aggregated data

The information summary of your search results will guide you towards the product or service you require. All the information you need at your fingertips!

Click your way to an extensive source of information and **see for yourself what this online catalogue has to offer!**

### DES RÉSULTATS À LA HAUTEUR DE VOS ATTENTES!

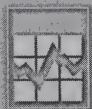
Accédez à une gamme de produits et services en version papier ou électronique :

- articles
- publications
- et plus encore!
- enquêtes
- CD-ROM
- documents de recherche
- données agrégées personnalisées

La liste des résultats vous présente un résumé de l'information pertinente à votre recherche, ainsi que la façon dont vous pouvez vous procurer le produit ou service désiré. Bref, tous les renseignements dont vous avez besoin à portée de la main!

D'un seul clic de souris, accédez dès maintenant à cette vaste source d'information et **voyez vous-même ce que ce catalogue en ligne peut vous offrir!**

A link to electronic publications directly downloadable from the Internet!



Le lien à des publications électroniques téléchargeables directement sur l'Internet.

# www.statcan.ca





Catalogue no. 63-005-XPB

# Retail Trade

November 2000

N° 63-005-XPB au catalogue

# Commerce de détail

Novembre 2000

Government  
Publications



Statistics  
Canada

Statistique  
Canada

Canada

## How to obtain more information

Specific inquiries about this product and related statistics or services should be directed to: Marketing and Client Services Section, Distributive Trades Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (telephone: (613) 951-3549) or toll free at 1 877 421-3067).

For information on the wide range of data available from Statistics Canada, you can contact us by calling one of our toll-free numbers. You can also contact us by e-mail or by visiting our Web site.

National inquiries line	1 800 263-1136
National telecommunications device for the hearing impaired	1 800 363-7629
Depository Services Program inquiries	1 800 700-1033
Fax line for Depository Services Program	1 800 889-9734
E-mail inquiries	infostats@statcan.ca
Web site	www.statcan.ca

## Ordering and subscription information

This product, Catalogue no. 63-005-XPB, is published monthly as a standard printed publication at a price of CDN \$21.00 per issue and CDN \$206.00 for a one-year subscription. The following additional shipping charges apply for delivery outside Canada:

	Single issue	Annual subscription
United States	CDN \$ 6.00	CDN \$72.00
Other countries	CDN \$ 10.00	CDN \$120.00

This product is also available in electronic format on the Statistics Canada Internet site as Catalogue no. 63-005-XIB at a price of CDN \$16.00 per issue and CDN \$155.00 for a one-year subscription. To obtain single issues or to subscribe, visit our Web site at [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca), and select Products and Services.

All prices exclude sales taxes.

The printed version of this publication can be ordered by

- Phone (Canada and United States) **1 800 267-6677**
- Fax (Canada and United States) **1 877 287-4369**
- E-mail **order@statcan.ca**
- Mail Statistics Canada  
Dissemination Division  
Circulation Management  
120 Parkdale Avenue  
Ottawa, Ontario K1A 0T6
- And, in person at the Statistics Canada Reference Centre nearest you, or from authorised agents and bookstores.

When notifying us of a change in your address, please provide both old and new addresses.

## Standards of service to the public

Statistics Canada is committed to serving its clients in a prompt, reliable and courteous manner and in the official language of their choice. To this end, the Agency has developed standards of service which its employees observe in serving its clients. To obtain a copy of these service standards, please contact Statistics Canada toll free at 1 800 263-1136.

## Comment obtenir d'autres renseignements

Toute demande de renseignements au sujet du présent produit ou au sujet de statistiques ou de services connexes doit être adressée à : Section du marketing et service à la clientèle, Division de la statistique du commerce, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (téléphone : (613) 951-951-3549) ou sans frais au 1 877 421-3067).

Pour obtenir des renseignements sur l'ensemble des données de Statistique Canada qui sont disponibles, veuillez composer l'un des numéros sans frais suivants. Vous pouvez également communiquer avec nous par courriel ou visiter notre site Web.

Service national de renseignements	1 800 263-1136
Service national d'appareils de télécommunications pour les malentendants	1 800 363-7629
Renseignements concernant le Programme des bibliothèques de dépôt	1 800 700-1033
Télécopieur pour le Programme des bibliothèques de dépôt	1 800 889-9734
Renseignements par courriel	infostats@statcan.ca
Site Web	www.statcan.ca

## Renseignements sur les commandes et les abonnements

Le produit n° 63-005-XPB au catalogue est publié mensuellement en version imprimée standard et est offert au prix de 21 \$ CA l'exemplaire et de 206 \$ CA pour un abonnement annuel. Les frais de livraison supplémentaires suivants s'appliquent aux envois à l'extérieur du Canada :

	Exemplaire	Abonnement annuel
États-Unis	6 \$ CA	72 \$ CA
Autres pays	10 \$ CA	120 \$ CA

Ce produit est aussi disponible sous forme électronique dans le site Internet de Statistique Canada, sous le n° 63-005-XIB au catalogue, et est offert au prix de 16 \$ CA l'exemplaire et de 155 \$ CA pour un abonnement annuel. Les utilisateurs peuvent obtenir des exemplaires ou s'abonner en visitant notre site Web à [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca) et en choisissant la rubrique Produits et services.

Les prix ne comprennent pas les taxes de ventes.

La version imprimée peut être commandée par

- Téléphone (Canada et États-Unis) **1 800 267-6677**
- Télécopieur (Canada et États-Unis) **1 877 287-4369**
- Courriel **order@statcan.ca**
- Poste Statistique Canada  
Division de la diffusion  
Gestion de la circulation  
120, avenue Parkdale  
Ottawa (Ontario) K1A 0T6
- En personne au bureau régional de Statistique Canada le plus près de votre localité ou auprès des agents et librairies autorisés.

Lorsque vous signalez un changement d'adresse, veuillez nous fournir l'ancienne et la nouvelle adresse.

## Normes de service à la clientèle

Statistique Canada s'engage à fournir à ses clients des services rapides, fiables et courtois, et ce, dans la langue officielle de leur choix. À cet égard, notre organisme s'est doté de normes de service à la clientèle qui doivent être observées par les employés lorsqu'ils offrent des services à la clientèle. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec Statistique Canada au numéro sans frais 1 800 263-1136.



Statistics Canada  
Distributive Trades Division  
Retail Financial Section

# Retail Trade

November 2000

Statistique Canada

Division de la statistique du commerce  
Section du commerce de détails financiers

# Commerce de détail

Novembre 2000

Published by authority of the Minister  
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 2001

All rights reserved. No part of this publication  
may be reproduced, stored in a retrieval system or  
transmitted in any form or by any means, electronic,  
mechanical, photocopying, recording or otherwise  
without prior written permission from Licence  
Services, Marketing Division, Statistics Canada,  
Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

January 2001

Catalogue no. 63-005-XPB, Vol. 72, No. 11  
ISSN 0380-6146

Frequency: Monthly

Catalogue no. 63-005-XIB, Vol. 72, No. 11  
ISSN 1488-0008

Ottawa

Publication autorisée par le ministre  
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 2001

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire  
ou de transmettre le contenu de la présente publication,  
sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit,  
enregistrement sur support magnétique, reproduction  
électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou  
de l'emmagasiner dans un système de recouvrement,  
sans l'autorisation écrite préalable des Services de  
concession des droits de licence, Division du  
marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario,  
Canada K1A 0T6.

Janvier 2001

N° 63-005-XPB au catalogue, vol. 72, n° 11  
ISSN 0380-6146

Périodicité : mensuelle

N° 63-005-XIB au catalogue, vol. 72, n° 11  
ISSN 1488-0008

Ottawa

## Note of appreciation

*Canada owes the success of its statistical system  
to a long-standing partnership between Statistics  
Canada, the citizens of Canada, its businesses,  
governments and other institutions. Accurate and  
timely statistical information could not be produced  
without their continued cooperation and goodwill.*

## Note de reconnaissance

*Le succès du système statistique du Canada repose  
sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada  
et la population, les entreprises, les administrations  
canadiennes et les autres organismes. Sans cette  
collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible  
de produire des statistiques précises et actuelles.*

## Symbols

The following standard symbols are used in this Statistics Canada publication:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

## NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

## A NOTE ON CANSIM

All current and historical statistics on Retail Trade (Matrix Nos. 2299, 2397-2416 and 2418-2420), as well as many other series are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian - Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printout, or in machine readable form. For further information, contact the Cansim staff or Dissemination Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (telephone (613) 951-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- **F. Maranda**, Director, Distributive Trades Division
- **D. McDowell**, Assistant Director, Distributive Trades Division
- **B. Meyer**, Chief, Retail Financial Section, Distributive Trades Division
- **P. Gratton**, Senior Economist, Retail Financial Section, Distributive Trades Division

## Signes conventionnels

Les signes conventionnels suivants sont employés uniformément dans cette publication de Statistique Canada :

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

## NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

## NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système Canadien d'information socio-économique) fournit au public toutes les statistiques actuelles et historiques sur le Commerce de détail (matrice nos 2299, 2397-2416 et 2418-2420), et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports ordinolingués. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de CANSIM de la Division de la diffusion, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone (613) 951-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de :

- **F. Maranda**, directeur, Division de la statistique du commerce
- **D. McDowell**, directeur adjoint, Division de la statistique du commerce
- **B. Meyer**, chef, section du commerce de détails financiers, Division de la statistique du commerce
- **P. Gratton**, économiste principal, Section du commerce de détails financiers, Division de la statistique du commerce

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences - Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 - 1984.



Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'American National Standard for Information Sciences "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 1984.





## TABLE OF CONTENTS

	PAGE
Highlights	v
Charts	vii
For Further Reading	ix

## Table

1. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	2
2. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	4
3. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)	6
4. Retail Trade Sample Response Fraction and Coefficient of Variation (Current Periods)	22
5. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	24
6. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	26
7. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Current Periods)	28
8. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Historical Estimates)	28
9. Retail Sales, Current and Constant (1992) Dollar Estimates	30

## Appendix

I. Definitions	33
II. Trade Group Coverage	34

## TABLE DES MATIÈRES

	PAGE
Faits saillants	v
Graphiques	vii
Lectures suggérées	ix

## Tableau

1. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	2
2. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	4
3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)	6
4. Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation (périodes courantes)	22
5. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	24
6. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	26
7. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)	28
8. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)	28
9. Ventes au détail, estimations en dollars courants et constants (1992)	30

## Appendice

I. Définitions	33
II. Couverture des groupes de commerce	34



## Note to users

Monthly estimates (unadjusted data) for four metropolitan areas (Montreal, Toronto, Winnipeg and Vancouver) can be tabulated by trade group and are available for purchase. For information on metropolitan area estimates, contact the Marketing and Client Services Section at (613) 951-3549 or toll free at 1 877 421-3067.

Users interested in acquiring further information relating to the methodology, seasonal adjustment and data reliability of this survey may consult the February 2000 issue (containing revisions to the previous year) of this publication or contact the Marketing and Client Services Section.

## Notes aux utilisateurs

Les estimations mensuelles (non désaisonnalisées) pour les quatre régions métropolitaines (Montréal, Toronto, Winnipeg et Vancouver) par groupe de commerce sont disponibles pour achat. Pour plus de renseignements sur les régions métropolitaines, communiquez avec la Section du marketing et services à la clientèle au (613) 951-3549 ou sans frais au 1 877 421-3067.

Les utilisateurs qui sont intéressés d'obtenir plus de renseignements concernant la méthodologie, la désaisonnalisation et la fiabilité des données de cette enquête peuvent consulter le numéro de février 2000, de cette publication (incluant les révisions de l'année précédente) ou communiquer avec la Section du marketing et services à la clientèle.

## Highlights

A partial rebound by retailers in the automotive sector pushed total retail sales up by 0.4% in November to \$23.4 billion. This follows a 0.7% decline in October. In constant dollars, sales were stable in November (-0.1%) compared with October. The only significant price increases in November were in the automotive sector.

Overall spending in retail stores has been essentially flat since July, after significant increases in May, June and July. Previously, retailers saw a period of volatile sales in the first four months of 2000, following a year of strong gains throughout 1999. Despite flat sales in recent months, the cumulative value of goods and services sold by retailers in the first 11 months of 2000 was 6.3% higher than in the same period of 1999. In comparison, the sales growth in 1999 for the same 11-month period was 5.4%.

Stores in the automotive sector (+1.6%) posted the largest sales increase in November, followed by weaker gains in drug stores (+0.5%) and furniture stores (+0.3%). General merchandise stores (-1.5%) and stores classified as other retail (-0.9%) posted declines in November, while sales were essentially unchanged in the food (+0.1%) and clothing (-0.1%) sectors. The other retail category includes liquor stores, sporting goods stores, hardware stores and bookstores.

### Auto sector recouped some losses

In November, retailers in the automotive sector (+1.6%) recouped slightly more than half the 2.9% loss in sales they reported in October. Prior to the October decline, sales in this sector had increased in each of the previous five months, after a period of volatility at the start of the year. Prior to 2000, sales in this sector had been following a strong upward movement since the fall of 1998.

Sales by motor and recreational vehicle dealers, which represent about two-thirds of sales in the automotive sector, advanced 1.8% in November. The increase primarily resulted from higher prices of new model year vehicles. November's advance follows a 5.3% decline in October and nearly unchanged sales in September (-0.1%). Despite weaker sales gains in recent months and in the early months of 2000, motor and recreational vehicle dealers managed to show a 9.1% gain in cumulative sales for the first 11 months of 2000 compared with the same period of 1999. This strong performance by motor and recreational vehicle dealers came, in part, from significant sales gains in the spring and summer of 2000. Attractive financing offers and large cash rebates helped stimulate sales in this period.

## Faits saillants

Grâce à une reprise partielle dans le secteur de l'automobile, l'ensemble des ventes au détail a augmenté de 0,4 % en novembre pour s'établir à 23,4 milliards de dollars. Cette hausse survient après un recul de 0,7 % enregistré en octobre. En dollars constants, les ventes sont demeurées stables en novembre (-0,1 %) comparativement à octobre. Les seules hausses de prix appréciables enregistrées en novembre l'ont été dans le secteur de l'automobile.

Après avoir fortement augmenté en mai, juin et juillet, les dépenses globales dans les magasins sont demeurées pratiquement inchangées depuis juillet. Durant les quatre premiers mois de 2000, les ventes des détaillants avaient été instables, après avoir fortement progressé tout au long de 1999. Malgré la stagnation des derniers mois, la valeur cumulative des biens et des services vendus par les détaillants durant les 11 premiers mois de 2000 a été en hausse de 6,3 % par rapport à la même période en 1999. En comparaison, la croissance des ventes en 1999 au cours de cette même période de 11 mois avait été de 5,4 %.

En novembre, les détaillants du secteur de l'automobile ont connu la hausse des ventes la plus marquée (+1,6 %), suivis des pharmacies (+0,5 %) et des magasins de meubles (+0,3 %), qui ont affiché des hausses plus modestes. Les magasins de marchandises diverses (-1,5 %) et ceux classés dans la catégorie «autres magasins de détail» (-0,9 %) ont vu leurs ventes reculer en novembre, tandis que les ventes sont demeurées essentiellement inchangées dans les secteurs de l'alimentation (+0,1 %) et des vêtements (-0,1 %). La catégorie «autres magasins de détail» comprend les magasins de boissons alcoolisées, les magasins d'articles de sports, les quincailleries et les librairies.

### Reprise partielle dans le secteur de l'automobile

En novembre, la hausse des ventes des détaillants du secteur de l'automobile (+1,6 %) a permis d'effacer un peu plus de la moitié de la baisse enregistrée en octobre (-2,9 %). Cette diminution était survenue après cinq mois consécutifs à la hausse, précédés d'une période d'instabilité des ventes en début d'année. Avant 2000, les ventes dans ce secteur avaient connu de fortes hausses depuis l'automne 1998.

Les ventes des concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs, lesquelles représentent près des deux tiers des ventes du secteur de l'automobile, ont augmenté de 1,8 % en novembre. Cette hausse était imputable principalement aux prix plus élevés des nouveaux modèles de l'année. En octobre, les ventes avaient reculé de 5,3 % et elles étaient demeurées presque inchangées en septembre (-0,1 %). Malgré les hausses plus faibles réalisées au cours des derniers mois et au début de 2000, les ventes cumulatives des concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs durant les 11 premiers mois de 2000 ont été en progression de 9,1 % par rapport à la même période en 1999. Cette solide performance de la part des concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs a été en partie attribuable à la forte augmentation des ventes au printemps et à l'été 2000. Ces fortes progressions avaient été favorisées par des modalités intéressantes de financement et d'importantes remises en espèces consenties durant cette période.

Sales at gasoline service stations rose for the third consecutive month, up 1.9% in November. November sales were 21.8% above those reported in November 1999 and 49.7% above those of November 1998.

### Consumers stayed away from department stores

Weaker sales by department stores led to the November decline in the overall general merchandise sector (-1.5%). Consumer spending in department stores went down 3.3%, cancelling more than two-thirds of the gain (+4.9%) reported in October. The upward movement seen in department store sales since the spring of 2000 has faltered in the past few months. Previously, department store sales had been declining since September 1999, following a period of rising sales that lasted more than a year. Other general merchandise stores, also included in the sector, posted a 0.7% increase in sales in November, continuing the strong upward movement of the last four years.

### Retailers in Central Canada posted weak sales

Retailers in Quebec (-1.2%) posted the only sales decline in November, and sales remained essentially unchanged in Ontario (+0.1%). Retail sales in Quebec and Ontario were down or showed little progress in most sectors. Retailers in the remaining provinces, except Manitoba (+0.5%), reported sales increases of at least 1.0% in November after significant declines in October.

In Quebec, overall spending in stores declined slightly in recent months after advancing strongly in June and July 2000. Retail sales in Quebec were volatile in the first half of 2000 after an 18-month period of generally increasing sales. Despite weaker sales in October and November, retail sales in Ontario have been generally increasing since the summer of 1996.

### Related indicators for December

Total employment posted a fifth consecutive gain in December, up 0.2% compared with November. About 9 out of 10 jobs created in this five-month period were full-time. Preliminary figures from the automotive industry show that the number of new motor vehicles sold in December continued to recover from October's significant drop. Housing starts were down for a second consecutive month in December (-4.9%), marking the eighth monthly decline in 2000.

Les ventes des stations-service ont augmenté en novembre pour un troisième mois consécutif, ayant connu une hausse de 1,9 %. Les ventes en novembre ont été en hausse de 21,8 % par rapport à celles déclarées en novembre 1999 et de 49,7 % par rapport à celles de novembre 1998.

### Les consommateurs boudent les grands magasins

En novembre, le ralentissement des ventes dans les grands magasins a contribué au fléchissement des ventes dans l'ensemble des magasins de marchandises diverses (-1,5 %). Les dépenses des consommateurs dans les grands magasins ont reculé de 3,3 % en novembre, annulant ainsi plus des deux tiers de la progression d'octobre (+4,9 %). Le mouvement à la hausse observé dans les ventes des grands magasins amorcé au printemps 2000 s'est estompé depuis quelques mois. Auparavant, les ventes des grands magasins avaient suivi un parcours décroissant depuis septembre 1999, à la suite d'une période de ventes en hausse qui avaient prévalu pendant plus d'un an. Les autres magasins de marchandises diverses, également inclus dans ce secteur, ont vu leur ventes augmenter de 0,7 % en novembre, maintenant ainsi leur forte tendance à la hausse des quatre dernières années.

### Faibles ventes pour les détaillants du centre du Canada

En novembre, ce n'est qu'au Québec que les ventes au détail ont fléchi (-1,2 %), alors qu'elles sont demeurées essentiellement inchangées en Ontario (+0,1 %). Dans ces deux provinces, les ventes au détail ont reculé ou ont peu progressé dans la plupart des secteurs. À l'exception du Manitoba (+0,5 %), les détaillants des autres provinces ont déclaré des ventes en hausse d'au moins 1,0 % en novembre, après avoir subi d'importants reculs en octobre.

Au Québec, les dépenses globales dans les magasins ont légèrement diminué au cours des derniers mois, alors qu'elles avaient connu des augmentations appréciables en juin et en juillet 2000. Dans cette province, les ventes au détail ont été instables durant la première moitié de 2000, après s'être maintenues généralement à la hausse durant une période de 18 mois. Du côté de l'Ontario, les ventes au détail se maintiennent généralement en hausse depuis l'été 1996, malgré les ralentissements observés en octobre et en novembre.

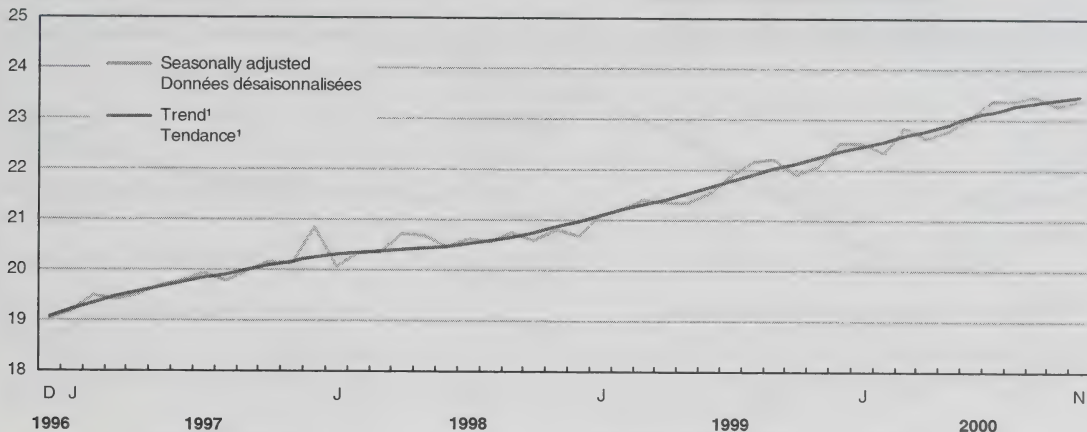
### Indicateurs connexes pour décembre

En décembre, l'emploi total a progressé pour un cinquième mois consécutif, en hausse de 0,2 % par rapport à novembre. Environ neuf emplois sur dix qui ont été créés durant cette période de cinq mois étaient à temps plein. Par ailleurs, les chiffres provisoires émanant du secteur de l'automobile indiquent que le nombre de véhicules automobiles neufs vendus en décembre a continué d'augmenter, après avoir fortement chuté deux mois plus tôt. En revanche, le nombre de mises en chantier a reculé pour un deuxième mois consécutif; la diminution de 4,9 % en décembre constitue la huitième baisse mensuelle en 2000.

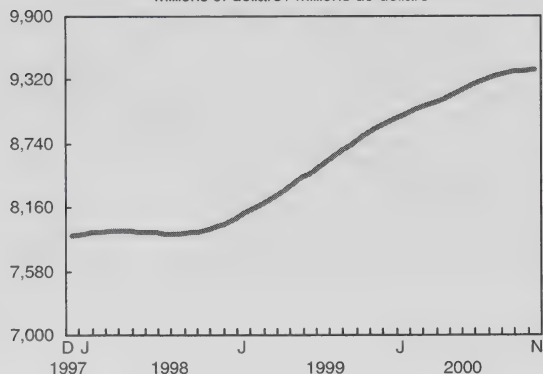
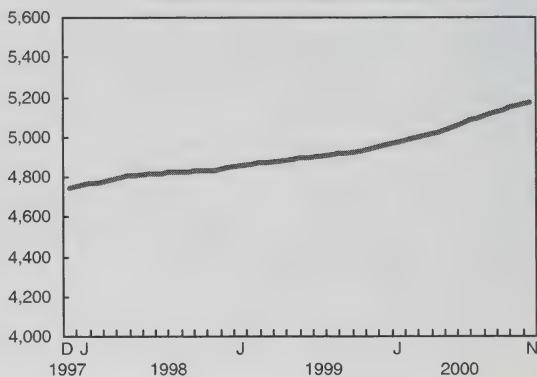
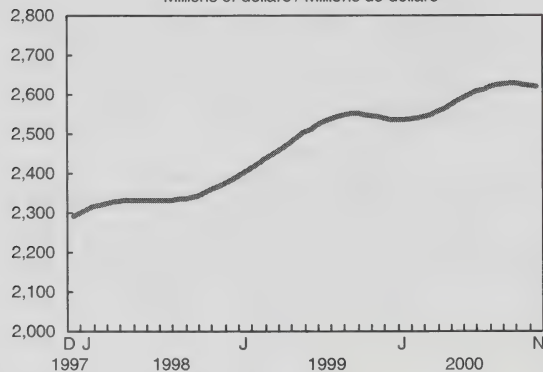
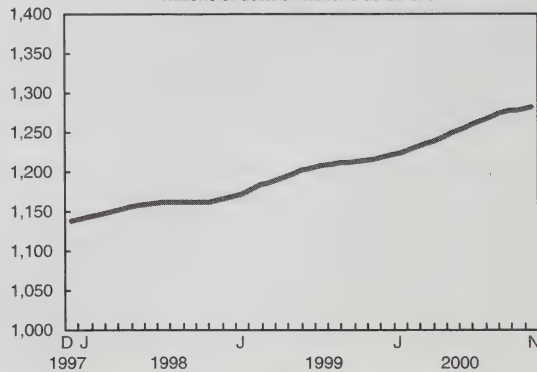
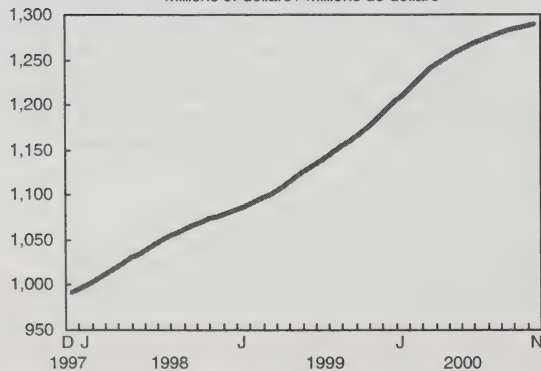
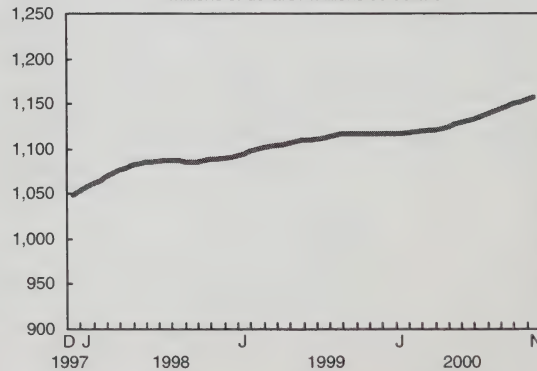
## Retail Sales – Canada

## Ventes au détail – Canada

\$ billions / milliards de \$





**Retail Sales Trends<sup>1</sup> – Canada,  
By Major Group**
**Tendances<sup>1</sup> des ventes au détail – Canada,  
par groupe principal**
**Automotive / Véhicules automobiles**  
 Millions of dollars / Millions de dollars

**Food / Aliments**  
 Millions of dollars / Millions de dollars

**General Merchandise / Marchandises diverses**  
 Millions of dollars / Millions de dollars

**Clothing / Vêtements**  
 Millions of dollars / Millions de dollars

**Furniture / Meubles**  
 Millions of dollars / Millions de dollars

**Drug / Pharmacies**  
 Millions of dollars / Millions de dollars

<sup>1</sup> Trend represents smoothed seasonally adjusted data.

<sup>1</sup> La tendance représente les données désaisonnalisées lissées.



**For Further Reading**

Selected Publications from Statistics Canada

**Lectures suggérées**

Choisies parmi les publications de Statistique Canada

Title	Catalogue	Titre
New Motor Vehicle Sales, Monthly, Bilingual	<b>63-007-XIB</b>	Ventes de véhicules automobiles neufs, mensuel, bilingue
Wholesale Trade, Monthly, Bilingual	<b>63-008-XIB</b>	Commerce de gros, mensuel, bilingue
Retail Chain and Department Stores, Annual, Bilingual	<b>63-210-XIB</b>	Magasins de détail à succursales et les grands magasins, annuel, bilingue
Wholesaling and Retailing Canada, Annual, Bilingual	<b>63-236-XIB</b>	Les commerces de gros et de détail au Canada, annuel, bilingue
Market Research Handbook, Annual, Bilingual	<b>63-224-XPB</b>	Recueil statistique des études de marché, annuel, bilingue

To order a publication you may telephone 1 (613) 951-7277 or use facsimile number 1 (613) 951-1584. For toll free in Canada only telephone 1 800 267-6677. When ordering by telephone or facsimile a written confirmation is not required.

Pour obtenir une publication veuillez téléphoner au 1 (613) 951-7277 ou utiliser le numéro du télécopieur 1 (613) 951-1584. Pour appeler sans frais, au Canada, composez le 1 800 267-6677. Il n'est pas nécessaire de nous faire parvenir une confirmation pour une commande faite par téléphone ou télécopieur.



**Statistical  
Tables**

---

**Tableaux  
statistiques**

---

Table 1

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Current Periods)**

	Sales					Change from previous month Variation par rapport au mois précédent	
	Ventes						
	November 2000 Novembre	October 2000 Octobre	September 2000 Septembre	August 2000 Août	Year-to-date 2000 Cumulatif	November 2000 Novembre	October 2000 Octobre
	Millions of dollars – Millions de dollars					Per cent – Pourcentage	
<b>Trade Group - Canada</b>							
Supermarkets and grocery stores	4,789.7	4,781.2	4,756.0	4,755.9	51,619.5	0.2	0.5
All other food stores	374.8	379.1	378.7	381.4	4,132.9	-1.1	0.1
Drugs and patent medicine stores	1,157.6	1,152.3	1,147.0	1,135.6	12,463.4	0.5	0.5
Shoe stores	131.5	135.2	135.8	131.9	1,485.1	-2.8	-0.5
Men's clothing stores	119.2	126.3	130.2	131.7	1,422.5	-5.7	-3.0
Women's clothing stores	389.2	394.8	395.1	382.6	4,232.9	-1.4	-0.1
Other clothing stores	638.7	622.9	635.8	608.5	6,672.6	2.5	-2.0
Household furniture and appliance stores	1,039.7	1,038.2	1,047.6	1,024.9	11,254.5	0.1	-0.9
Household furnishings stores	251.2	248.5	244.7	238.5	2,605.7	1.1	1.5
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	6,083.0	5,974.5	6,306.3	6,313.4	67,193.0	1.8	-5.3
Gasoline service stations	1,984.9	1,948.8	1,918.1	1,832.7	20,194.8	1.9	1.6
Automotive parts, accessories and services	1,325.6	1,326.1	1,299.9	1,334.1	14,301.4	0.0	2.0
General merchandise stores	2,604.0	2,644.8	2,570.7	2,611.0	28,501.6	-1.5	2.9
Other semi-durable goods stores	724.3	737.3	737.6	738.9	8,030.1	-1.8	0.0
Other durable goods stores	640.4	631.2	628.6	630.6	6,793.2	1.5	0.4
Other retail stores	1,135.8	1,154.4	1,137.1	1,131.6	12,226.5	-1.6	1.5
<b>Total, all stores</b>	<b>23,389.4</b>	<b>23,295.6</b>	<b>23,469.4</b>	<b>23,383.4</b>	<b>253,129.9</b>	<b>0.4</b>	<b>-0.7</b>
<b>Regions</b>							
Newfoundland	379.0	375.4	377.0	380.1	4,110.3	1.0	-0.4
Prince Edward Island	103.4	102.1	104.7	104.5	1,134.0	1.3	-2.5
Nova Scotia	716.1	703.4	713.3	712.6	7,758.2	1.8	-1.4
New Brunswick	585.4	570.6	582.9	582.6	6,335.2	2.6	-2.1
Quebec	5,291.5	5,355.1	5,372.7	5,365.4	58,059.8	-1.2	-0.3
Ontario	9,007.6	8,994.8	9,058.9	8,996.1	97,146.9	0.1	-0.7
Manitoba	786.8	782.8	786.9	793.2	8,601.3	0.5	-0.5
Saskatchewan	677.0	669.9	681.3	684.5	7,435.5	1.1	-1.7
Alberta	2,714.0	2,676.4	2,704.3	2,684.2	29,154.0	1.4	-1.0
British Columbia	3,050.5	2,986.3	3,010.8	3,003.8	32,554.0	2.1	-0.8
Yukon	28.6	28.8	28.0	28.3	313.7	-0.6	2.8
Northwest Territories	32.8	33.7	32.8	32.7	357.2	-2.6	2.7
Nunavut	16.7	16.5	15.8	15.4	169.9	1.7	4.2

Tableau 1

Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(périodes courantes)

Change from previous month Variation par rapport au mois précédent		Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente				
September 2000 Septembre	August 2000 Août	November 2000 Novembre	October 2000 Octobre	September 2000 Septembre	August 2000 Août	Year-to-date 2000 Cumulatif
Per cent – Pourcentage						
<b>Groupe de commerce - Canada</b>						
0.0	0.3	4.7	5.3	4.5	4.5	3.6
-0.7	0.9	1.0	3.2	3.3	4.5	2.9
1.0	-0.6	2.4	3.2	2.7	1.9	2.0
3.0	-3.2	2.7	-1.6	5.0	-0.9	-0.3
-1.2	-1.5	-7.7	-3.8	3.1	-0.9	1.0
3.3	0.4	1.6	3.9	9.3	0.9	2.6
4.5	-1.3	14.5	9.8	15.0	8.7	9.3
2.2	-1.0	9.9	6.3	11.3	9.7	11.3
2.6	-1.6	9.4	10.9	13.5	10.1	10.9
-0.1	0.9	3.5	5.6	3.9	5.1	6.2
4.7	-1.5	21.8	21.0	21.1	16.8	23.8
-2.6	0.9	3.9	6.1	3.2	6.6	5.0
-1.5	-1.7	6.5	2.5	-0.3	1.1	3.6
-0.2	-1.8	2.0	3.3	4.1	1.5	2.8
-0.3	2.4	8.8	6.3	6.9	7.3	5.1
0.5	1.3	5.4	8.2	7.5	8.6	6.0
<b>0.4</b>	<b>0.0</b>	<b>6.1</b>	<b>6.3</b>	<b>5.7</b>	<b>5.5</b>	<b>6.3</b>
<b>Total, ensemble des magasins</b>						
<b>Régions</b>						
-0.8	0.7	5.6	6.0	5.1	8.3	6.4
0.2	-0.5	3.3	2.6	4.0	6.5	7.5
0.1	-1.5	3.4	2.2	3.6	4.0	4.1
0.1	1.4	4.3	2.8	4.1	2.6	4.9
0.1	-0.6	3.7	5.9	4.8	5.2	4.5
0.7	0.2	6.9	7.2	7.1	4.9	7.2
-0.8	-0.4	4.1	6.0	1.4	3.1	4.3
-0.5	0.0	2.9	6.0	3.7	3.9	5.3
0.8	-0.5	8.4	7.2	5.8	8.1	9.0
0.2	0.9	8.1	5.7	5.6	7.3	5.9
-0.8	1.4	4.1	9.0	-0.4	3.2	4.3
0.3	0.0	5.0	5.8	4.2	3.7	5.6
2.5	3.9	13.3	13.4	6.7	7.0	6.8



Table 2

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Current Periods)**

	Sales Ventes				
	November 2000 Novembre	October 2000 Octobre	September 2000 Septembre	August 2000 Août	Year-to-date 2000 Cumulatif
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Trade Group - Canada</b>					
Supermarkets and grocery stores	4,651.7	4,567.8	4,906.2	4,897.8	51,300.3
All other food stores	360.6	364.8	374.5	384.2	4,040.9
Drugs and patent medicine stores	1,157.3	1,143.1	1,120.8	1,126.7	12,189.7
Shoe stores	144.6	146.3	151.2	137.2	1,439.9
Men's clothing stores	145.0	126.8	125.5	112.9	1,290.1
Women's clothing stores	420.6	401.6	431.7	364.7	4,004.1
Other clothing stores	717.1	654.1	693.8	658.8	6,264.5
Household furniture and appliance stores	1,126.8	1,055.5	1,101.0	1,042.0	10,713.3
Household furnishings stores	293.2	259.7	249.7	248.3	2,549.8
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,652.9	5,666.2	6,435.1	6,680.2	68,274.1
Gasoline service stations	1,959.7	1,997.9	1,955.4	1,983.3	20,188.1
Automotive parts, accessories and services	1,497.1	1,334.6	1,267.3	1,365.9	14,191.4
General merchandise stores	3,164.3	2,696.2	2,508.2	2,564.2	26,884.0
Other semi-durable goods stores	779.6	706.6	753.5	788.3	7,669.0
Other durable goods stores	632.5	548.2	609.9	674.2	6,275.4
Other retail stores	1,086.8	1,096.2	1,171.8	1,217.1	11,760.1
<b>Total, all stores</b>	<b>23,789.8</b>	<b>22,765.6</b>	<b>23,855.6</b>	<b>24,245.8</b>	<b>249,034.8</b>
<b>Regions</b>					
Newfoundland	397.9	362.6	379.5	407.8	4,043.8
Prince Edward Island	101.0	97.1	106.9	122.5	1,113.0
Nova Scotia	734.7	678.4	715.4	747.5	7,618.7
New Brunswick	594.9	556.8	592.3	623.4	6,223.7
Quebec	5,319.5	5,260.2	5,435.0	5,633.4	57,583.0
Ontario	9,327.4	8,738.7	9,264.9	9,186.1	95,284.2
Manitoba	797.3	769.1	804.2	815.6	8,437.5
Saskatchewan	689.4	675.3	690.0	714.0	7,294.7
Alberta	2,757.6	2,639.4	2,743.5	2,767.0	28,606.8
British Columbia	2,997.4	2,911.7	3,046.9	3,146.3	31,997.5
Yukon	25.9	27.1	28.9	32.9	311.4
Northwest Territories	31.0	32.2	32.9	33.4	353.7
Nunavut	16.1	16.9	15.4	16.0	167.0

Tableau 2

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(périodes courantes)

Change from previous year  
Variation par rapport à l'année précédente

November 2000 Novembre	October 2000 Octobre	September 2000 Septembre	August 2000 Août	Year-to-date 2000 Cumulatif	
Per cent – Pourcentage					
<b>Groupe de commerce - Canada</b>					
8.0	-1.2	8.0	8.9	3.8	Supermarchés d'alimentation et épiceries
3.5	-0.4	4.8	7.2	3.2	Tous les autres magasins d'alimentation
3.7	2.5	2.8	3.4	2.3	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
3.2	-6.9	8.6	1.2	-0.5	Magasins de chaussures
-7.2	-7.0	5.8	3.1	1.2	Magasins de vêtements pour hommes
2.4	0.5	15.4	1.5	2.9	Magasins de vêtements pour femmes
16.0	6.5	18.6	9.0	9.9	Autres magasins de vêtements
7.7	4.4	14.7	10.5	11.3	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
12.5	11.5	13.7	11.9	11.3	Magasins d'accessoires d'ameublement
2.6	4.4	4.4	11.7	6.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
23.9	21.2	20.5	16.5	23.8	Stations-service
4.8	6.0	1.7	10.9	5.3	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
6.9	0.5	0.4	3.4	4.0	Magasins de marchandises diverses
2.2	2.5	4.6	4.4	3.2	Autres magasins de produits semi-durables
13.6	2.7	6.3	9.9	5.8	Autres magasins de produits durables
8.0	3.0	11.5	12.0	6.3	Autres magasins de vente au détail
<b>7.1</b>	<b>3.7</b>	<b>7.2</b>	<b>9.4</b>	<b>6.6</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Régions</b>					
5.7	2.8	7.0	12.3	6.8	Terre-Neuve
3.3	0.0	5.0	10.3	7.5	Île-du-Prince-Édouard
3.6	-0.9	5.1	6.7	4.3	Nouvelle-Écosse
4.5	-0.7	5.9	6.8	5.0	Nouveau-Brunswick
5.5	3.5	5.4	10.0	4.9	Québec
8.1	4.4	8.7	9.0	7.6	Ontario
4.9	1.8	3.8	6.9	4.7	Manitoba
3.3	1.9	5.9	7.9	5.5	Saskatchewan
8.8	4.8	8.4	11.2	9.4	Alberta
8.7	3.6	6.8	9.6	6.1	Colombie-Britannique
3.5	8.1	-0.5	5.9	4.5	Yukon
8.7	3.2	3.7	6.8	6.0	Territoires du Nord Ouest
13.6	14.2	7.6	7.7	7.0	Nunavut

Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter III 2000 Trimestre III	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Canada</b>					
Supermarkets and grocery stores	14,732.8	14,240.9	13,107.1	14,006.9	14,037.0
All other food stores	1,152.9	1,154.1	1,008.4	1,187.7	1,101.6
Drugs and patent medicine stores	3,353.6	3,320.4	3,215.3	3,647.6	3,279.8
Shoe stores	414.9	428.8	305.4	475.3	405.0
Men's clothing stores	354.2	379.5	284.7	553.4	343.1
Women's clothing stores	1,158.5	1,151.5	872.0	1,423.0	1,105.3
Other clothing stores	1,912.1	1,648.8	1,332.3	2,201.2	1,715.0
Household furniture and appliance stores	3,162.9	2,834.8	2,533.3	3,511.1	2,847.2
Household furnishings stores	743.4	682.2	571.4	775.6	667.1
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	19,545.9	21,306.9	16,102.2	16,310.7	18,351.2
Gasoline service stations	5,954.9	5,424.4	4,851.2	4,927.6	4,985.5
Automotive parts, accessories and services	4,025.6	4,096.1	3,238.0	4,148.3	3,802.0
General merchandise stores	7,557.8	7,427.0	6,038.7	9,791.5	7,397.1
Other semi-durable goods stores	2,327.9	2,243.4	1,611.5	2,516.1	2,232.7
Other durable goods stores	1,903.1	1,751.9	1,439.7	2,218.6	1,788.8
Other retail stores	3,622.2	3,328.2	2,626.8	3,629.0	3,373.7
<b>Total, all stores</b>	<b>71,922.6</b>	<b>71,418.9</b>	<b>59,137.9</b>	<b>71,323.6</b>	<b>67,432.1</b>
<b>Newfoundland</b>					
Supermarkets and grocery stores	296.1	281.8	257.4	276.3	284.9
All other food stores	11.0	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	61.0	59.7	58.5	68.0	58.6
Shoe stores	3.7	3.4	2.5	4.6	3.9
Men's clothing stores	3.0	2.9	2.0	7.6	3.6
Women's clothing stores	14.1	12.5	8.6	21.8	13.6
Other clothing stores	18.5	14.3	11.2	27.0	16.8
Household furniture and appliance stores	36.0	33.5	26.7	46.9	34.3
Household furnishings stores	2.7	2.4	1.6	2.6	2.4
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	313.4	373.7	245.0	214.2	280.9
Gasoline service stations	120.7	102.6	86.4	95.6	104.7
Automotive parts, accessories and services	58.9	60.3	44.6	68.0	54.2
General merchandise stores	156.0	145.7	114.0	221.9	151.3
Other semi-durable goods stores	27.7	24.3	14.2	29.9	23.4
Other durable goods stores	15.9	13.4	9.3	20.1	13.1
Other retail stores	41.8	38.4	31.7	47.2	40.6
<b>Total, all stores</b>	<b>1,180.5</b>	<b>1,178.7</b>	<b>924.1</b>	<b>1,165.0</b>	<b>1,100.0</b>

Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter III 2000 Trimestre III	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	
Per cent – Pourcentage					
<b>Canada</b>					
5.0	3.8	3.0	3.1	2.5	Supermarchés d'alimentation et épiceries
4.7	3.4	2.5	3.3	1.0	Tous les autres magasins d'alimentation
2.3	2.5	1.5	4.3	2.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
2.4	-4.2	2.6	-1.3	-5.0	Magasins de chaussures
3.2	3.8	3.9	-1.3	-1.3	Magasins de vêtements pour hommes
4.8	1.0	4.2	4.6	1.0	Magasins de vêtements pour femmes
11.5	7.2	9.8	5.4	5.7	Autres magasins de vêtements
11.1	12.9	14.5	11.3	9.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
11.4	10.4	11.8	7.8	6.4	Magasins d'accessoires d'ameublement
6.5	7.3	8.3	9.9	10.5	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
19.4	22.6	32.4	23.5	15.9	Stations-service
5.9	3.3	7.1	5.4	3.7	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
2.2	4.3	6.4	5.0	10.6	Magasins de marchandises diverses
4.3	2.0	4.4	0.3	5.6	Autres magasins de produits semi-durables
6.4	3.9	5.4	3.1	2.7	Autres magasins de produits durables
7.4	5.5	6.6	9.7	7.6	Autres magasins de vente au détail
<b>6.7</b>	<b>6.4</b>	<b>7.9</b>	<b>7.0</b>	<b>7.1</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Terre-Neuve</b>					
3.9	0.2	1.1	-1.0	1.7	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
4.1	0.8	3.4	2.7	6.0	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-5.1	-5.6	-	-	5.4	Magasins de chaussures
-16.7	-21.6	-25.9	-3.8	-14.3	Magasins de vêtements pour hommes
3.7	-6.7	-6.5	1.9	2.3	Magasins de vêtements pour femmes
10.1	11.7	4.7	9.3	3.1	Autres magasins de vêtements
5.0	13.9	10.3	7.3	15.5	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
12.5	26.3	6.7	-7.1	9.1	Magasins d'accessoires d'ameublement
11.6	15.4	19.1	20.1	16.2	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
15.3	11.6	11.2	4.5	6.9	Stations-service
8.7	5.6	8.8	10.2	6.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
3.1	6.6	3.4	5.7	10.9	Magasins de marchandises diverses
18.4	8.0	-1.4	4.9	4.5	Autres magasins de produits semi-durables
21.4	22.9	25.7	14.9	8.3	Autres magasins de produits durables
3.0	5.5	3.3	9.0	4.6	Autres magasins de vente au détail
<b>7.3</b>	<b>7.3</b>	<b>7.5</b>	<b>6.6</b>	<b>8.2</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter III 2000 Trimestre III	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Prince Edward Island</b>					
Supermarkets and grocery stores	85.7	76.0	68.5	74.4	81.1
All other food stores	6.3	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	19.9	18.8	16.8	19.6	18.2
Shoe stores	1.5	x	x	x	x
Men's clothing stores	1.9	x	x	x	x
Women's clothing stores	5.3	x	x	x	x
Other clothing stores	11.1	6.4	4.5	10.1	9.7
Household furniture and appliance stores	9.8	8.2	6.7	9.9	7.9
Household furnishings store	4.5	4.2	2.9	5.3	4.9
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	63.9	77.4	48.6	56.7	62.2
Gasoline service stations	49.2	37.6	30.8	34.1	42.0
Automotive parts, accessories and services	21.0	21.4	14.1	20.4	19.4
General merchandise stores	28.7	26.3	18.8	37.2	28.6
Other semi-durable goods stores	18.8	12.3	8.2	12.8	18.2
Other durable goods stores	6.6	5.2	3.5	7.3	6.9
Other retail stores	18.7	15.4	9.8	13.7	17.6
<b>Total, all stores</b>	<b>352.8</b>	<b>321.2</b>	<b>241.0</b>	<b>316.1</b>	<b>331.8</b>
<b>Nova Scotia</b>					
Supermarkets and grocery stores	545.9	520.6	488.5	516.5	515.3
All other food stores	23.4	x	x	x	x
Drugs and patient medicine stores	133.5	129.3	127.2	147.7	131.5
Shoe stores	5.5	5.4	4.3	7.8	6.8
Men's clothing stores	4.5	5.0	3.3	8.4	4.7
Women's clothing stores	29.8	28.8	20.9	41.5	29.2
Other clothing stores	44.9	35.4	28.2	59.6	41.3
Household furniture and appliance stores	66.1	61.8	58.2	84.3	62.1
Household furnishings store	12.0	11.7	8.7	15.6	15.5
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	536.7	608.9	450.1	426.4	510.0
Gasoline service stations	234.8	201.0	168.8	191.9	202.3
Automotive parts, accessories and services	114.0	119.8	89.2	129.1	111.7
General merchandise stores	221.9	217.3	170.8	330.8	220.3
Other semi-durable goods stores	73.8	68.7	45.8	86.3	69.4
Other durable goods stores	45.4	40.7	33.8	60.8	44.8
Other retail stores	127.1	113.4	82.8	121.8	120.3
<b>Total, all stores</b>	<b>2,219.0</b>	<b>2,189.8</b>	<b>1,796.8</b>	<b>2,251.4</b>	<b>2,109.7</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year  
Variation par rapport à l'année précédente

Quarter III 2000 Trimestre III	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Groupe de commerce
Per cent – Pourcentage					
<b>Île-du-Prince-Édouard</b>					
5.7	3.1	7.0	14.6	14.5	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
9.3	9.3	1.8	-	-1.1	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour femmes
14.4	3.2	-2.2	4.1	10.2	Autres magasins de vêtements
24.1	10.8	3.1	12.5	23.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
-8.2	7.7	-3.3	15.2	-	Magasins d'accessoires d'ameublement
2.7	17.1	13.0	27.1	11.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
17.1	20.5	33.3	25.8	21.0	Stations-service
8.2	3.9	7.6	6.8	6.6	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
0.3	16.4	16.8	17.7	26.0	Magasins de marchandises diverses
3.3	-3.1	10.8	2.4	4.0	Autres magasins de produits semi-durables
-4.3	4.0	16.7	19.7	25.5	Autres magasins de produits durables
6.3	14.9	11.4	1.5	8.6	Autres magasins de vente au détail
<b>6.3</b>	<b>10.0</b>	<b>11.2</b>	<b>14.4</b>	<b>12.9</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Nouvelle-Écosse</b>					
5.9	4.9	5.1	5.9	4.3	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
1.5	2.5	1.7	5.6	1.2	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-19.1	-20.6	-8.5	-	-1.4	Magasins de chaussures
-4.3	4.2	-5.7	3.7	6.8	Magasins de vêtements pour hommes
2.1	-10.0	-11.4	-7.2	-9.9	Magasins de vêtements pour femmes
8.7	11.0	8.9	7.6	7.8	Autres magasins de vêtements
6.4	20.0	25.7	23.1	20.8	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
-22.6	-17.0	-23.0	2.6	50.5	Magasins d'accessoires d'ameublement
5.2	1.2	3.5	-1.1	3.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
16.1	10.7	24.5	27.6	23.1	Stations-service
2.1	6.3	6.6	3.8	1.5	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
0.7	4.2	3.6	6.2	11.1	Magasins de marchandises diverses
6.3	13.9	2.9	9.2	0.9	Autres magasins de produits semi-durables
1.3	4.6	8.3	5.9	5.7	Autres magasins de produits durables
5.7	4.8	2.5	7.8	6.7	Autres magasins de vente au détail
<b>5.2</b>	<b>4.3</b>	<b>5.7</b>	<b>6.3</b>	<b>6.4</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region**  
**(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter III 2000 Trimestre III	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>New Brunswick</b>					
Supermarkets and grocery stores	454.8	425.9	393.8	428.7	423.3
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	86.9	86.5	86.3	97.4	85.2
Shoe stores	6.1	5.9	4.3	7.4	6.7
Men's clothing stores	6.5	6.2	4.4	10.4	6.2
Women's clothing stores	20.7	20.6	15.1	30.5	20.8
Other clothing stores	38.4	30.9	23.5	47.9	33.8
Household furniture and appliance stores	53.2	46.4	40.8	63.9	48.9
Household furnishings stores	14.9	14.6	11.0	17.7	14.5
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	474.7	559.4	380.3	383.8	483.9
Gasoline service stations	191.2	170.2	142.0	159.1	168.8
Automotive parts, accessories and services	102.3	105.9	79.3	113.8	96.9
General merchandise stores	181.2	176.0	138.5	262.3	179.3
Other semi-durable goods stores	58.4	54.7	38.2	57.6	51.7
Other durable goods stores	31.4	26.9	20.9	42.1	28.9
Other retail stores	82.0	72.7	53.4	78.0	79.5
<b>Total, all stores</b>	<b>1,815.4</b>	<b>1,816.0</b>	<b>1,440.6</b>	<b>1,813.2</b>	<b>1,745.4</b>
<b>Quebec</b>					
Supermarkets and grocery stores	3,746.2	3,628.2	3,372.3	3,599.9	3,664.8
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	699.8	714.1	702.4	749.3	680.8
Shoe stores	135.4	146.8	92.1	170.7	133.8
Men's clothing stores	73.4	82.8	55.2	111.0	71.3
Women's clothing stores	311.0	322.6	225.5	371.6	296.3
Other clothing stores	499.4	456.2	332.6	517.1	440.2
Household furniture and appliance stores	877.3	780.2	624.0	891.4	774.4
Household furnishings stores	133.3	127.6	98.1	139.7	123.1
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,743.7	5,121.1	3,784.8	3,726.0	4,480.8
Gasoline service stations	1,233.8	1,145.1	1,057.4	1,058.9	1,025.4
Automotive parts, accessories and services	924.8	1,011.7	778.6	1,042.6	926.7
General merchandise stores	1,462.9	1,487.9	1,188.0	1,818.5	1,429.4
Other semi-durable goods stores	460.8	464.6	308.9	444.9	448.8
Other durable goods stores	382.1	377.7	301.9	425.7	363.8
Other retail stores	550.2	546.5	398.2	592.9	503.0
<b>Total, all stores</b>	<b>16,592.6</b>	<b>16,776.3</b>	<b>13,634.4</b>	<b>16,007.3</b>	<b>15,687.5</b>

Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter III 2000 Trimestre III	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	
Per cent – Pourcentage					
<b>Nouveau-Brunswick</b>					
7.4	7.5	9.7	9.4	8.8	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
2.0	4.5	9.8	6.4	3.5	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-9.0	-10.6	4.9	-	11.7	Magasins de chaussures
4.8	5.1	-8.3	-8.8	-1.6	Magasins de vêtements pour hommes
-0.5	-2.4	4.9	6.6	3.5	Magasins de vêtements pour femmes
13.6	12.4	8.8	8.4	3.4	Autres magasins de vêtements
8.8	15.7	10.0	10.0	15.9	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
2.8	18.7	18.3	21.2	12.4	Magasins d'accessoires d'ameublement
-1.9	-0.2	4.7	27.7	20.2	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
13.3	19.7	18.3	15.5	11.7	Stations-service
5.6	8.7	18.7	5.0	-0.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
1.1	5.1	7.1	6.5	8.5	Magasins de marchandises diverses
13.0	8.7	2.1	2.7	8.6	Autres magasins de produits semi-durables
8.7	5.9	12.4	10.5	7.8	Autres magasins de produits durables
3.1	6.9	7.4	8.6	8.0	Autres magasins de vente au détail
4.0	5.5	8.6	11.8	10.9	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Québec</b>					
2.2	0.4	0.6	2.7	4.8	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
2.8	5.6	4.3	2.6	-4.9	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
1.2	-5.4	3.8	0.4	-5.4	Magasins de chaussures
2.9	-4.5	-9.7	-8.2	-8.6	Magasins de vêtements pour hommes
5.0	1.2	2.7	4.2	-3.7	Magasins de vêtements pour femmes
13.4	6.4	9.8	5.0	1.4	Autres magasins de vêtements
13.3	11.8	14.8	11.1	9.3	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
8.3	2.7	4.7	2.9	-2.1	Magasins d'accessoires d'ameublement
5.9	0.9	5.2	5.7	12.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
20.3	25.6	35.7	28.7	20.9	Stations-service
-0.2	0.0	7.2	6.6	6.5	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
2.3	2.8	5.9	4.4	8.1	Magasins de marchandises diverses
2.7	0.9	3.0	-6.9	-6.4	Autres magasins de produits semi-durables
5.0	1.9	3.4	-0.4	3.1	Autres magasins de produits durables
9.4	5.3	5.5	15.4	12.8	Autres magasins de vente au détail
5.8	3.3	6.2	5.7	7.1	<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region**  
**(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter III 2000	Quarter II 2000	Quarter I 2000	Quarter IV 1999	Quarter III 1999
	Trimestre III	Trimestre II	Trimestre I	Trimestre IV	Trimestre III
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Ontario</b>					
Supermarkets and grocery stores	4,636.2	4,542.6	4,118.3	4,371.1	4,371.4
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	1,373.5	1,368.4	1,309.5	1,494.5	1,379.6
Shoe stores	158.4	162.0	119.5	173.5	151.1
Men's clothing stores	160.9	169.1	129.2	248.1	152.0
Women's clothing stores	464.3	465.8	359.6	590.7	438.6
Other clothing stores	727.0	622.2	521.1	895.0	651.5
Household furniture and appliance stores	1,173.0	1,043.7	955.8	1,283.3	1,043.6
Household furnishings stores	338.4	302.5	254.6	341.6	284.2
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	7,636.6	8,315.9	6,201.8	6,541.9	7,204.1
Gasoline service stations	2,233.1	2,102.9	1,902.4	1,878.4	1,821.4
Automotive parts, accessories and services	1,580.0	1,574.6	1,258.4	1,603.4	1,457.4
General merchandise stores	3,028.4	2,963.2	2,385.4	3,956.7	2,944.3
Other semi-durable goods stores	1,059.1	986.7	725.4	1,158.3	1,013.6
Other durable goods stores	772.2	696.6	571.1	918.9	716.0
Other retail stores	1,643.3	1,468.7	1,159.2	1,606.0	1,517.0
<b>Total, all stores</b>	<b>27,496.4</b>	<b>27,302.5</b>	<b>22,419.2</b>	<b>27,604.6</b>	<b>25,642.3</b>
<b>Manitoba</b>					
Supermarkets and grocery stores	577.2	571.6	527.8	559.0	546.1
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	76.3	72.8	72.5	80.9	70.4
Shoe stores	11.2	11.5	8.9	13.4	11.0
Men's clothing stores	11.0	11.8	7.9	17.1	10.4
Women's clothing stores	31.7	30.0	22.4	36.5	29.6
Other clothing stores	51.3	45.2	39.2	66.8	51.2
Household furniture and appliance stores	91.0	86.9	76.7	106.5	85.4
Household furnishings stores	18.4	17.1	15.1	18.0	16.7
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	685.6	708.0	592.0	618.6	676.6
Gasoline service stations	223.0	206.4	180.4	184.6	186.4
Automotive parts, accessories and services	120.4	122.3	95.7	123.0	111.8
General merchandise stores	286.6	286.7	235.1	379.8	284.8
Other semi-durable goods stores	53.9	55.7	42.4	75.3	55.2
Other durable goods stores	56.0	54.0	44.4	66.4	54.7
Other retail stores	100.0	100.2	78.5	111.4	102.0
<b>Total, all stores</b>	<b>2,414.3</b>	<b>2,400.6</b>	<b>2,056.1</b>	<b>2,478.7</b>	<b>2,308.9</b>

Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter III 2000 Trimestre III	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	
Per cent – Pourcentage					
					<b>Ontario</b>
6.1	5.2	2.6	2.1	0.5	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
-0.4	-0.5	-1.4	3.0	3.7	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
4.8	-5.0	-0.3	-3.1	-6.8	Magasins de chaussures
5.9	7.6	12.3	3.2	2.0	Magasins de vêtements pour hommes
5.9	1.2	6.7	6.4	2.8	Magasins de vêtements pour femmes
11.6	6.1	10.4	8.2	12.3	Autres magasins de vêtements
12.4	15.3	19.1	14.5	11.3	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
19.1	18.2	20.8	11.1	8.5	Magasins d'accessoires d'ameublement
6.0	9.2	9.5	14.0	15.3	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
22.6	28.1	37.6	25.1	16.9	Stations-service
8.4	3.3	7.3	6.4	3.3	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
2.9	5.0	7.2	5.7	12.8	Magasins de marchandises diverses
4.5	1.9	7.6	3.4	13.9	Autres magasins de produits semi-durables
7.8	3.6	7.4	4.2	4.0	Autres magasins de produits durables
8.3	6.3	7.9	10.0	7.3	Autres magasins de vente au détail
<b>7.2</b>	<b>7.7</b>	<b>9.1</b>	<b>8.6</b>	<b>9.2</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
					<b>Manitoba</b>
5.7	7.4	7.8	4.2	2.1	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
8.4	5.7	3.9	6.3	1.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
1.8	-6.5	-	-13.5	-12.0	Magasins de chaussures
5.8	3.5	-	0.6	11.8	Magasins de vêtements pour hommes
7.1	0.7	2.3	6.1	8.8	Magasins de vêtements pour femmes
0.2	-0.2	4.8	-0.7	6.0	Autres magasins de vêtements
6.6	16.6	7.0	3.2	6.5	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
10.2	12.5	28.0	24.1	26.5	Magasins d'accessoires d'ameublement
1.3	1.0	-1.1	-2.0	0.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
19.6	23.2	26.2	27.8	19.3	Stations-service
7.7	-1.4	-4.8	-0.1	-5.3	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
0.6	2.8	5.1	1.9	7.9	Magasins de marchandises diverses
-2.4	1.6	0.5	0.9	13.3	Autres magasins de produits semi-durables
2.4	-1.3	8.8	7.6	4.8	Autres magasins de produits durables
-2.0	5.4	8.3	7.3	12.6	Autres magasins de vente au détail
<b>4.6</b>	<b>5.2</b>	<b>5.2</b>	<b>3.4</b>	<b>4.2</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter III 2000 Trimestre III	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Saskatchewan</b>					
Supermarkets and grocery stores	499.9	482.4	427.7	468.9	480.9
All other food stores	13.9	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	91.0	90.0	89.4	100.9	94.0
Shoe stores	5.2	5.8	5.1	6.3	5.4
Men's clothing stores	7.5	8.5	6.1	12.0	7.6
Women's clothing stores	24.3	25.1	20.4	31.2	24.3
Other clothing stores	46.0	41.3	33.7	58.3	44.6
Household furniture and appliance stores	67.5	65.6	61.5	89.0	61.6
Household furnishings stores	20.7	18.5	16.3	22.2	20.1
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	542.8	566.4	445.3	481.2	499.7
Gasoline service stations	196.5	179.8	162.1	174.3	181.0
Automotive parts, accessories and services	137.3	133.6	115.5	138.3	130.2
General merchandise stores	271.2	269.7	220.1	342.2	261.4
Other semi-durable goods stores	45.6	48.8	36.6	57.3	44.4
Other durable goods stores	50.6	47.1	39.4	66.2	47.8
Other retail stores	80.6	75.4	58.2	80.6	72.5
<b>Total, all stores</b>	<b>2,100.6</b>	<b>2,076.9</b>	<b>1,752.5</b>	<b>2,149.3</b>	<b>1,990.0</b>
<b>Alberta</b>					
Supermarkets and grocery stores	1,752.8	1,683.0	1,556.5	1,661.7	1,626.0
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	319.9	315.7	307.0	362.3	318.8
Shoe stores	35.2	36.9	27.8	37.6	33.6
Men's clothing stores	42.0	47.3	39.0	68.4	42.9
Women's clothing stores	114.9	110.5	89.1	131.3	104.9
Other clothing stores	231.8	186.4	153.6	243.9	202.0
Household furniture and appliance stores	381.3	344.4	334.1	461.2	356.0
Household furnishings store	89.0	80.5	66.7	85.3	74.2
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	2,281.7	2,531.1	1,934.7	2,032.9	2,066.4
Gasoline service stations	647.4	588.7	538.1	544.9	559.3
Automotive parts, accessories and services	480.6	468.5	348.3	437.7	425.7
General merchandise stores	882.7	843.8	699.8	1,109.8	841.6
Other semi-durable goods stores	229.7	222.6	169.0	266.0	210.5
Other durable goods stores	222.5	205.3	166.4	260.4	215.6
Other retail stores	472.6	439.8	367.2	466.5	437.4
<b>Total, all stores</b>	<b>8,228.7</b>	<b>8,145.6</b>	<b>6,835.5</b>	<b>8,220.2</b>	<b>7,559.9</b>

Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter III 2000 Trimestre III	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	
Per cent – Pourcentage					
<b>Saskatchewan</b>					
4.0	2.7	0.1	-0.9	-0.8	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
-3.2	-2.4	-4.1	-4.9	-4.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-3.7	-6.5	10.9	-3.1	-6.9	Magasins de chaussures
-1.3	3.7	-6.2	-7.7	-6.2	Magasins de vêtements pour hommes
-	-3.1	7.4	2.0	0.8	Magasins de vêtements pour femmes
3.1	5.1	8.4	4.7	6.7	Autres magasins de vêtements
9.6	14.1	11.2	9.1	3.5	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
3.0	-2.1	5.2	7.8	3.1	Magasins d'accessoires d'ameublement
8.6	6.7	8.8	4.0	1.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
8.6	17.1	27.4	26.5	19.5	Stations-service
5.5	3.8	12.5	-0.9	-8.8	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
3.7	7.2	7.3	5.0	8.5	Magasins de marchandises diverses
2.7	-1.8	2.8	0.5	1.8	Autres magasins de produits semi-durables
5.9	2.2	11.6	8.0	3.2	Autres magasins de produits durables
11.2	9.8	7.8	6.9	1.5	Autres magasins de vente au détail
<b>5.6</b>	<b>5.9</b>	<b>7.3</b>	<b>4.1</b>	<b>2.4</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Alberta</b>					
7.8	6.8	6.2	4.3	3.0	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
0.3	0.9	1.6	7.0	10.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
4.8	9.5	8.6	1.3	-6.4	Magasins de chaussures
-2.1	5.6	4.0	-5.4	-1.6	Magasins de vêtements pour hommes
9.5	7.1	5.7	3.5	0.6	Magasins de vêtements pour femmes
14.8	12.2	7.8	-1.5	-6.3	Autres magasins de vêtements
7.1	11.6	15.2	10.8	11.8	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
19.9	15.3	9.3	-0.4	-1.7	Magasins d'accessoires d'ameublement
10.4	18.8	13.6	14.7	7.2	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
15.8	19.8	33.4	25.1	15.4	Stations-service
12.9	8.5	5.4	1.0	2.0	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
4.9	6.3	7.0	4.8	9.4	Magasins de marchandises diverses
9.1	4.5	4.8	4.8	6.2	Autres magasins de produits semi-durables
3.2	4.3	3.5	1.7	1.6	Autres magasins de produits durables
8.0	5.2	7.1	7.2	6.3	Autres magasins de vente au détail
<b>8.8</b>	<b>11.0</b>	<b>10.1</b>	<b>7.9</b>	<b>6.0</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter III 2000 Trimestre III	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>British Columbia</b>					
Supermarkets and grocery stores	2,079.3	1,971.9	1,847.0	1,996.1	1,987.4
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	483.5	456.9	437.9	518.5	435.1
Shoe stores	52.4	49.6	39.9	52.2	50.7
Men's clothing stores	43.1	44.1	36.3	66.5	41.4
Women's clothing stores	141.3	130.5	107.0	160.9	141.6
Other clothing stores	240.0	207.2	182.2	272.2	220.7
Household furniture and appliance stores	403.1	359.7	344.9	469.2	368.3
Household furnishings stores	107.7	102.2	95.4	126.0	110.5
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	2,227.0	2,398.9	1,984.6	1,799.6	2,047.2
Gasoline service stations	807.9	675.6	567.3	591.8	676.6
Automotive parts, accessories and services	472.4	463.8	404.3	458.5	453.3
General merchandise stores	975.3	949.3	813.5	1,267.2	995.8
Other semi-durable goods stores	292.3	298.1	217.4	320.1	289.9
Other durable goods stores	314.2	278.9	245.0	344.5	290.8
Other retail stores	492.4	445.8	378.5	499.5	471.7
<b>Total, all stores</b>	<b>9,279.5</b>	<b>8,972.5</b>	<b>7,836.4</b>	<b>9,092.8</b>	<b>8,721.3</b>
<b>Yukon, Northwest Territories and Nunavut</b>					
Supermarkets and grocery stores	58.7	56.7	49.3	54.1	56.0
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	8.3	x	x	x	x
Shoe stores	0.2	x	x	x	x
Men's clothing stores	0.4	x	x	x	x
Women's clothing stores	1.2	1.2	0.9	1.4	1.2
Other clothing stores	3.7	x	x	x	x
Household furniture and appliance stores	4.7	4.5	4.1	5.7	4.6
Household furnishings stores	1.6	1.1	1.0	1.4	1.0
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	40.0	x	x	x	x
Gasoline service stations	x	x	x	x	x
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	x
General merchandise stores	62.9	61.1	54.7	65.0	60.3
Other semi-durable goods stores	7.9	6.9	5.4	7.7	7.7
Other durable goods stores	6.3	6.2	4.0	6.2	6.5
Other retail stores	13.5	11.8	9.2	11.4	12.3
<b>Total, all stores</b>	<b>242.8</b>	<b>238.7</b>	<b>201.4</b>	<b>224.9</b>	<b>235.3</b>

Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year  
Variation par rapport à l'année précédente

Quarter III 2000 Trimestre III	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Groupe de commerce
Per cent – Pourcentage					
<b>Colombie-Britannique</b>					
4.6	3.0	3.2	3.9	1.3	Supermarchés d'alimentation et épicerie
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
11.1	8.3	5.1	10.6	6.9	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
3.4	-2.7	5.6	0.8	1.4	Magasins de chaussures
4.1	7.6	8.4	2.2	-1.0	Magasins de vêtements pour hommes
-0.2	0.4	2.3	3.9	6.3	Magasins de vêtements pour femmes
8.7	9.1	12.3	5.0	8.8	Autres magasins de vêtements
9.4	7.6	3.8	5.1	1.3	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
-2.5	1.0	2.8	7.0	10.5	Magasins d'accessoires d'ameublement
8.8	9.1	9.2	4.0	-0.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
19.4	13.1	23.5	11.8	6.0	Stations-service
4.2	5.1	7.1	7.1	8.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
-2.1	1.4	4.8	3.8	10.0	Magasins de marchandises diverses
0.8	-1.0	-2.0	-6.5	0.2	Autres magasins de produits semi-durables
8.0	7.2	1.4	2.2	-2.2	Autres magasins de produits durables
4.4	2.4	4.3	6.8	5.2	Autres magasins de vente au détail
6.4	5.6	6.4	4.6	3.1	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Yukon, Territoires du Nord-Ouest et Nunavut</b>					
4.8	5.6	5.1	9.3	8.1	Supermarchés d'alimentation et épicerie
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
x	x	x	x	x	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
-	-	-	-6.7	-	Magasins de vêtements pour femmes
x	x	x	x	x	Autres magasins de vêtements
2.2	4.7	7.9	11.8	2.2	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
60.0	37.5	100.0	75.0	11.1	Magasins d'accessoires d'ameublement
x	x	x	x	x	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
x	x	x	x	x	Stations-service
x	x	x	x	x	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
4.3	2.2	5.8	7.4	7.7	Magasins de marchandises diverses
2.6	-	10.2	1.3	-2.5	Autres magasins de produits semi-durables
-3.1	6.9	14.3	-4.6	1.6	Autres magasins de produits durables
9.8	11.3	-	10.7	1.7	Autres magasins de vente au détail
3.2	5.7	7.3	6.9	7.2	<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter III 2000 Trimestre III	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Yukon</b>					
Supermarkets and grocery stores	28.1	26.1	22.5	25.4	26.4
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	4.2	x	x	x	x
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	x	x	x	x	x
Other clothing stores	x	x	x	x	x
Household furniture and appliance stores	2.7	x	x	x	x
Household furnishings stores	x	x	x	x	x
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	18.6	x	x	x	x
Gasoline service stations	x	x	x	x	x
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	x
General merchandise stores	x	x	x	x	x
Other semi-durable goods stores	4.2	x	2.4	3.8	4.6
Other durable goods stores	x	x	x	x	x
Other retail stores	x	x	x	x	x
<b>Total, all stores</b>	<b>94.8</b>	<b>93.8</b>	<b>69.7</b>	<b>81.4</b>	<b>93.9</b>
<b>Nunavut</b>					
Supermarkets and grocery stores	7.7	8.5	6.9	7.7	7.3
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	x
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	x	x	x	x	x
Other clothing stores	x	x	x	x	x
Household furniture and appliance stores	x	x	x	x	x
Household furnishings stores	x	x	x	x	x
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	0.5	x	x	x	x
Gasoline service stations	x	x	x	x	x
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	x
General merchandise stores	x	x	x	x	x
Other semi-durable goods stores	1.3	x	x	x	x
Other durable goods stores	x	x	x	x	x
Other retail stores	x	x	x	x	x
<b>Total, all stores</b>	<b>46.4</b>	<b>46.2</b>	<b>41.5</b>	<b>46.3</b>	<b>43.8</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year  
Variation par rapport à l'année précédente

Quarter III 2000 Trimestre III	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Groupe de commerce
Per cent – Pourcentage					
6.4	4.4	3.2	5.4	-0.8	<b>Yukon</b>
x	x	x	x	x	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
				x	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour femmes
x	x	x	x	x	Autres magasins de vêtements
x	x	x	x	x	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
x	x	x	x	x	Magasins d'accessoires d'ameublement
x	x	x	x	x	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
x	x	x	x	x	Stations-service
x	x	x	x	x	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
x	x	x	x	x	Magasins de marchandises diverses
-8.7	x	4.3	-	2.2	Autres magasins de produits semi-durables
x	x	x	x	x	Autres magasins de produits durables
x	x	x	x	x	Autres magasins de vente au détail
1.0	6.0	6.4	5.4	4.8	<b>Total, ensemble des magasins</b>
5.5	3.7	4.5			<b>Nunavut</b>
x	x	x			Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x			Tous les autres magasins d'alimentation
					Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x			Magasins de chaussures
x	x	x			Magasins de vêtements pour hommes
x	x	x			Magasins de vêtements pour femmes
x	x	x			Autres magasins de vêtements
x	x	x			Magasins de meubles et d'appareils ménagers
x	x	x			Magasins d'accessoires d'ameublement
x	x	x			Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
x	x	x			Stations-service
x	x	x			Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
x	x	x			Magasins de marchandises diverses
x	x	x			Autres magasins de produits semi-durables
x	x	x			Autres magasins de produits durables
x	x	x			Autres magasins de vente au détail
5.9	3.4	7.2			<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter III 2000 Trimestre III	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Northwest Territories</b>					
Supermarkets and grocery stores	22.9	22.1	19.9	21.1	22.2
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	x
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	x	x	x	x	x
Other clothing stores	x	x	x	x	x
Household furniture and appliance stores	x	x	x	x	x
Household furnishings stores	x	x	x	x	x
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	20.9	20.5	x	15.7	20.9
Gasoline service stations	5.5	4.7	x	6.1	5.4
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	x
General merchandise stores	x	x	x	x	x
Other semi-durable goods stores	2.4	x	x	x	x
Other durable goods stores	2.3	3.0	1.9	3.1	2.4
Other retail stores	x	x	x	x	x
<b>Total, all stores</b>	<b>101.5</b>	<b>98.7</b>	<b>90.2</b>	<b>97.2</b>	<b>97.5</b>

Tableau 3

**Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région**  
**(estimations trimestrielles)**

Change from previous year  
 Variation par rapport à l'année précédente

Quarter III 2000 Trimestre III	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Groupe de commerce
Per cent – Pourcentage					
3.2	7.3	7.6			<b>Territoires du Nord-Ouest</b>
x	x	x			Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x			Tous les autres magasins d'alimentation
					Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x			Magasins de chaussures
x	x	x			Magasins de vêtements pour hommes
x	x	x			Magasins de vêtements pour femmes
x	x	x			Autres magasins de vêtements
x	x	x			Magasins de meubles et d'appareils ménagers
x	x	x			Magasins d'accessoires d'ameublement
-	6.2	x			Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
1.9	9.3	x			Stations-service
x	x	x			Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
x	x	x			Magasins de marchandises diverses
x	x	x			Autres magasins de produits semi-durables
-4.2	3.4	5.6			Autres magasins de produits durables
x	x	x			Autres magasins de vente au détail
4.1	6.5	8.0			<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 4

**Retail Trade Sample Response Fraction and coefficient of Variation  
(Current Periods)**

	Response fraction Fraction de réponse			
	November 2000 Novembre	October 2000 Octobre	September 2000 Septembre	August 2000 Août
	Per cent – Pourcentage			
<b>Trade Group - Canada</b>				
Supermarkets and grocery stores	91.7	95.1	95.7	95.6
All other food stores	85.4	87.3	90.2	89.3
Drugs and patent medicine stores	88.9	90.8	90.9	90.8
Shoe stores	92.7	93.2	92.2	86.4
Men's clothing stores	83.4	94.6	94.6	93.3
Women's clothing stores	88.6	94.7	94.3	93.4
Other clothing stores	91.8	93.6	94.3	95.5
Household furniture and appliance stores	90.6	93.0	92.8	93.3
Household furnishings stores	86.0	86.7	85.8	87.4
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	91.3	94.0	94.9	95.6
Gasoline service stations	70.9	93.3	93.9	93.8
Automotive parts, accessories and services	89.9	92.1	93.1	92.5
General merchandise stores	98.1	98.3	98.3	97.9
Other semi-durable goods stores	83.9	88.5	90.0	88.6
Other durable goods stores	84.5	89.3	90.5	88.0
Other retail stores	90.5	93.1	94.2	93.2
<b>Total, all stores</b>	<b>89.7</b>	<b>93.8</b>	<b>94.4</b>	<b>94.4</b>
<b>Regions</b>				
Newfoundland	91.0	95.0	96.0	96.0
Prince Edward Island	89.3	92.8	93.7	94.2
Nova Scotia	91.3	94.5	95.6	95.7
New Brunswick	89.0	91.9	92.5	93.6
Quebec	86.3	93.0	94.2	94.3
Ontario	90.2	94.2	94.8	94.6
Manitoba	91.3	93.3	93.2	93.4
Saskatchewan	91.5	94.2	94.3	93.3
Alberta	91.6	94.2	93.7	94.3
British Columbia	90.9	93.8	94.9	94.1
Yukon	87.2	89.6	88.6	87.6
Northwest Territories	92.0	93.7	94.3	95.1
Nunavut	82.1	89.5	91.9	94.4

Tableau 4

## Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation (périodes courantes)

Coefficient of variation Coefficient de variation			
November 2000 Novembre	October 2000 Octobre	September 2000 Septembre	August 2000 Août
Per cent – Pourcentage			
1.8	1.8	1.9	<b>Groupe de commerce - Canada</b>
6.4	6.3	6.3	2.0 Supermarchés d'alimentation et épiceries
2.4	2.4	2.3	6.2 Tous les autres magasins d'alimentation
			2.2 Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
2.6	2.7	2.8	2.7 Magasins de chaussures
3.7	3.6	3.6	3.3 Magasins de vêtements pour hommes
3.2	3.8	4.5	2.9 Magasins de vêtements pour femmes
2.3	2.3	2.7	3.0 Autres magasins de vêtements
3.8	4.0	4.0	3.7 Magasins de meubles et d'appareils ménagers
4.3	5.0	4.5	4.2 Magasins d'accessoires d'ameublement
4.1	4.1	4.0	4.2 Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
3.3	3.3	3.1	3.2 Stations-service
2.9	3.0	3.1	2.7 Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
1.0	1.1	1.2	1.3 Magasins de marchandises diverses
4.9	4.9	4.9	5.4 Autres magasins de produits semi-durables
4.2	4.1	4.1	3.6 Autres magasins de produits durables
2.7	2.4	3.5	2.5 Autres magasins de vente au détail
1.2	1.2	1.3	1.3 <b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Régions</b>			
4.8	5.3	5.7	5.5 Terre-Neuve
1.8	1.9	1.6	2.2 Île-du-Prince-Édouard
5.1	4.4	5.1	6.2 Nouvelle-Écosse
3.4	3.7	4.4	4.3 Nouveau-Brunswick
2.9	3.1	3.0	3.6 Québec
2.2	2.2	2.4	2.4 Ontario
2.1	2.4	2.5	2.5 Manitoba
2.1	2.5	2.7	2.4 Saskatchewan
2.8	2.7	3.0	2.7 Alberta
1.9	2.0	2.0	2.0 Colombie-Britannique
0.4	0.6	0.4	0.3 Yukon
-	-	-	- Territoires du Nord Ouest
-	-	-	- Nunavut



Table 5

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Historical Estimates)**

	November 2000 Novembre	October 2000 Octobre	September 2000 Septembre	August 2000 Août	July 2000 Juillet	June 2000 Juin	May 2000 Mai
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Trade Group - Canada</b>							
Supermarkets and grocery stores	4,789.7	4,781.2	4,756.0	4,755.9	4,739.5	4,677.6	4,655.6
All other food stores	374.8	379.1	378.7	381.4	378.0	374.4	374.1
Drugs and patent medicine stores	1,157.6	1,152.3	1,147.0	1,135.6	1,143.0	1,133.5	1,123.9
Shoe stores	131.5	135.2	135.8	131.9	136.2	133.1	132.9
Men's clothing stores	119.2	126.3	130.2	131.7	133.7	132.8	131.7
Women's clothing stores	389.2	394.8	395.1	382.6	381.0	384.1	381.8
Other clothing stores	638.7	622.9	635.8	608.5	616.5	603.2	591.4
Household furniture and appliance stores	1,039.7	1,038.2	1,047.6	1,024.9	1,035.7	1,020.1	1,026.4
Household furnishings stores	251.2	248.5	244.7	238.5	242.4	231.2	233.8
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	6,083.0	5,974.5	6,306.3	6,313.4	6,258.3	6,172.6	6,048.6
Gasoline service stations	1,984.9	1,948.8	1,918.1	1,832.7	1,860.9	1,837.9	1,778.6
Automotive parts, accessories and services	1,325.6	1,326.1	1,299.9	1,334.1	1,322.4	1,280.7	1,302.7
General merchandise stores	2,604.0	2,644.8	2,570.7	2,611.0	2,655.2	2,604.5	2,570.7
Other semi-durable goods stores	724.3	737.3	737.6	738.9	752.1	732.8	719.0
Other durable goods stores	640.4	631.2	628.6	630.6	615.8	619.3	611.4
Other retail stores	1,135.8	1,154.4	1,137.1	1,131.6	1,116.7	1,113.2	1,105.2
<b>Total, all stores</b>	<b>23,389.4</b>	<b>23,295.6</b>	<b>23,469.4</b>	<b>23,383.4</b>	<b>23,387.4</b>	<b>23,051.0</b>	<b>22,787.9</b>
<b>Regions</b>							
Newfoundland	379.0	375.4	377.0	380.1	377.3	376.8	371.7
Prince Edward Island	103.4	102.1	104.7	104.5	105.0	103.4	103.1
Nova Scotia	716.1	703.4	713.3	712.6	723.4	715.4	696.4
New Brunswick	585.4	570.6	582.9	582.6	574.3	577.2	572.8
Quebec	5,291.5	5,355.1	5,372.7	5,365.4	5,397.3	5,254.7	5,172.5
Ontario	9,007.6	8,994.8	9,058.9	8,996.1	8,978.0	8,854.5	8,801.4
Manitoba	786.8	782.8	786.9	793.2	796.5	778.7	779.9
Saskatchewan	677.0	669.9	681.3	684.5	684.7	683.8	678.8
Alberta	2,714.0	2,676.4	2,704.3	2,684.2	2,697.4	2,656.7	2,630.2
British Columbia	3,050.5	2,986.3	3,010.8	3,003.8	2,978.1	2,974.6	2,905.8
Yukon	28.6	28.8	28.0	28.3	27.9	28.7	28.8
Northwest Territories	32.8	33.7	32.8	32.7	32.7	31.3	31.3
Nunavut	16.7	16.5	15.8	15.4	14.8	15.1	15.1

Tableau 5

Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations historiques)

April 2000 Avril	March 2000 Mars	February 2000 Février	January 2000 Janvier	December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	
Millions of dollars – Millions de dollars						
4,720.9	4,640.9	4,606.1	4,496.2	4,663.7	4,574.5	<b>Groupe de commerce - Canada</b>
375.3	372.9	373.6	370.5	374.4	371.1	Supermarchés d'alimentation et épiceries
1,129.2	1,109.0	1,111.1	1,121.2	1,117.5	1,130.7	Tous les autres magasins d'alimentation
						Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
129.9	143.6	137.4	137.7	136.5	128.0	Magasins de chaussures
126.1	132.1	130.6	128.1	128.0	129.1	Magasins de vêtements pour hommes
371.3	390.2	377.2	385.5	380.3	383.0	Magasins de vêtements pour femmes
597.8	592.8	579.0	586.0	562.3	557.7	Autres magasins de vêtements
1,024.4	1,011.7	987.5	998.5	970.9	945.6	Magasins de meubles et d'appareils ménagères
231.6	229.4	229.7	224.7	222.1	229.6	Magasins d'accessoires d'ameublement
5,945.0	6,114.7	5,829.8	6,146.8	6,107.6	5,877.2	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
1,772.3	1,812.5	1,780.7	1,667.4	1,690.9	1,629.2	Stations-service
1,240.3	1,325.6	1,276.0	1,267.8	1,312.0	1,276.0	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
2,563.9	2,536.0	2,544.8	2,596.1	2,482.0	2,446.1	Magasins de marchandises diverses
712.9	726.9	703.1	745.1	684.6	710.1	Autres magasins de produits semi-durables
588.2	608.3	612.6	606.8	596.1	588.4	Autres magasins de produits durables
1,093.3	1,092.8	1,079.7	1,066.6	1,089.2	1,077.6	Autres magasins de vente au détail
<b>22,622.4</b>	<b>22,839.6</b>	<b>22,358.9</b>	<b>22,544.9</b>	<b>22,518.2</b>	<b>22,053.9</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
						<b>Régions</b>
373.6	372.4	362.0	364.9	360.0	358.9	Terre-Neuve
104.6	101.2	102.5	99.4	101.8	100.1	Île-du-Prince-Édouard
699.6	707.2	697.5	673.3	704.7	692.4	Nouvelle-Écosse
573.2	590.0	559.4	566.7	570.9	561.2	Nouveau-Brunswick
5,181.4	5,307.0	5,122.1	5,240.1	5,199.4	5,104.2	Québec
8,625.4	8,700.8	8,523.1	8,606.3	8,548.3	8,425.8	Ontario
770.9	779.0	776.6	769.9	778.0	755.5	Manitoba
664.2	679.1	665.9	666.4	673.5	657.7	Saskatchewan
2,630.8	2,605.8	2,572.2	2,582.0	2,577.4	2,502.7	Alberta
2,922.3	2,918.7	2,902.2	2,900.9	2,928.4	2,821.9	Colombie-Britannique
29.2	29.0	28.5	27.9	28.5	27.5	Yukon
31.9	33.6	32.2	32.3	32.8	31.2	Territoires du Nord Ouest
15.2	15.6	14.7	14.9	14.5	14.8	Nunavut

Table 6

**Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Historical Estimates)**

	November 2000 Novembre	October 2000 Octobre	September 2000 Septembre	August 2000 Août	July 2000 Juillet	June 2000 Juin	May 2000 Mai
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Trade Group - Canada</b>							
Supermarkets and grocery stores	4,651.7	4,567.8	4,906.2	4,897.8	4,928.8	4,899.7	4,682.4
All other food stores	360.6	364.8	374.5	384.2	394.2	393.7	381.0
Drugs and patent medicine stores	1,157.3	1,143.1	1,120.8	1,126.7	1,106.2	1,123.0	1,118.6
Shoe stores	144.6	146.3	151.2	137.2	126.5	144.1	154.8
Men's clothing stores	145.0	126.8	125.5	112.9	115.8	141.8	126.9
Women's clothing stores	420.6	401.6	431.7	364.7	362.1	386.8	408.8
Other clothing stores	717.1	654.1	693.8	658.8	559.6	561.7	554.3
Household furniture and appliance stores	1,126.8	1,055.5	1,101.0	1,042.0	1,019.9	993.0	940.1
Household furnishings stores	293.2	259.7	249.7	248.3	245.4	238.6	236.1
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,652.9	5,666.2	6,435.1	6,680.2	6,430.5	7,376.7	7,559.6
Gasoline service stations	1,959.7	1,997.9	1,955.4	1,983.3	2,016.2	1,945.3	1,838.8
Automotive parts, accessories and services	1,497.1	1,334.6	1,267.3	1,365.9	1,392.3	1,418.8	1,482.3
General merchandise stores	3,164.3	2,696.2	2,508.2	2,564.2	2,485.3	2,540.1	2,525.8
Other semi-durable goods stores	779.6	706.6	753.5	788.3	786.1	789.1	821.6
Other durable goods stores	632.5	548.2	609.9	674.2	619.0	619.5	606.3
Other retail stores	1,086.8	1,096.2	1,171.8	1,217.1	1,233.3	1,208.9	1,119.3
<b>Total, all stores</b>	<b>23,789.8</b>	<b>22,765.6</b>	<b>23,855.6</b>	<b>24,245.8</b>	<b>23,821.2</b>	<b>24,780.8</b>	<b>24,557.0</b>
<b>Regions</b>							
Newfoundland	397.9	362.6	379.5	407.8	393.3	417.0	402.9
Prince Edward Island	101.0	97.1	106.9	122.5	123.3	117.2	109.4
Nova Scotia	734.7	678.4	715.4	747.5	756.2	788.9	730.1
New Brunswick	594.9	556.8	592.3	623.4	599.8	632.5	627.8
Quebec	5,319.5	5,260.2	5,435.0	5,633.4	5,524.3	5,709.5	5,798.3
Ontario	9,327.4	8,738.7	9,264.9	9,186.1	9,045.4	9,562.9	9,456.3
Manitoba	797.3	769.1	804.2	815.6	794.5	831.2	820.0
Saskatchewan	689.4	675.3	690.0	714.0	696.6	724.9	709.0
Alberta	2,757.6	2,639.4	2,743.5	2,767.0	2,718.2	2,798.7	2,798.0
British Columbia	2,997.4	2,911.7	3,046.9	3,146.3	3,086.3	3,114.0	3,024.8
Yukon	25.9	27.1	28.9	32.9	33.1	34.2	32.6
Northwest Territories	31.0	32.2	32.9	33.4	35.2	35.0	31.9
Nunavut	16.1	16.9	15.4	16.0	15.0	14.7	15.7

Tableau 6

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations historiques)

April 2000 Avril	March 2000 Mars	February 2000 Février	January 2000 Janvier	December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	Year 2000 Année	
Millions of dollars – Millions de dollars							
4,658.9	4,611.8	4,181.9	4,313.4	5,077.3	4,305.8	51,300.3	<b>Groupe de commerce - Canada</b>
379.4	354.8	332.6	321.0	473.0	348.4	4,040.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries
1,078.7	1,101.3	1,043.4	1,070.6	1,415.9	1,116.4	12,189.7	Tous les autres magasins d'alimentation
							Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
129.8	116.6	83.3	105.5	178.1	140.1	1,439.9	Magasins de chaussures
110.8	102.1	83.9	98.7	261.0	156.1	1,290.1	Magasins de vêtements pour hommes
355.9	331.8	264.1	276.1	612.4	410.9	4,004.1	Magasins de vêtements pour femmes
532.8	513.3	394.2	424.8	969.1	618.0	6,264.5	Autres magasins de vêtements
901.7	912.5	791.8	828.9	1,454.4	1,045.9	10,713.3	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
207.5	214.4	185.6	171.3	281.9	260.7	2,549.8	Magasins d'accessoires d'ameublement
6,370.7	6,599.5	4,854.5	4,648.2	5,371.1	5,510.5	68,274.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
1,640.3	1,746.2	1,579.4	1,525.5	1,698.2	1,581.1	20,188.1	Stations-service
1,195.0	1,201.7	985.7	1,050.7	1,461.4	1,427.9	14,191.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
2,361.0	2,223.6	1,886.2	1,929.0	4,147.0	2,961.3	26,884.0	Magasins de marchandises diverses
632.7	570.0	503.7	537.8	1,064.1	762.6	7,669.0	Autres magasins de produits semi-durables
526.0	498.1	455.8	485.8	1,127.6	557.0	6,275.4	Autres magasins de produits durables
1,000.0	977.7	837.9	811.2	1,558.8	1,006.1	11,760.1	Autres magasins de vente au détail
<b>22,081.1</b>	<b>22,075.5</b>	<b>18,463.9</b>	<b>18,598.5</b>	<b>27,151.3</b>	<b>22,208.9</b>	<b>249,034.8</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
							<b>Régions</b>
358.8	357.7	285.5	280.8	435.7	376.5	4,043.8	Terre-Neuve
94.6	87.6	78.0	75.4	121.2	97.7	1,113.0	Île-du-Prince-Édouard
670.8	666.9	577.2	552.7	857.9	708.8	7,618.7	Nouvelle-Écosse
555.7	552.7	444.5	443.4	683.1	569.5	6,223.7	Nouveau-Brunswick
5,268.4	5,199.3	4,184.5	4,250.7	5,883.1	5,042.7	57,583.0	Québec
8,283.3	8,350.0	7,013.7	7,055.5	10,609.3	8,627.0	95,284.2	Ontario
749.4	765.7	648.6	641.8	963.3	760.2	8,437.5	Manitoba
643.0	639.4	548.6	564.5	819.7	667.2	7,294.7	Saskatchewan
2,548.9	2,531.7	2,124.4	2,179.4	3,167.7	2,533.8	28,606.8	Alberta
2,833.7	2,847.3	2,496.7	2,492.4	3,524.4	2,757.6	31,997.5	Colombie-Britannique
27.0	26.9	21.2	21.6	31.3	25.0	311.4	Yukon
31.8	34.9	28.0	27.3	37.4	28.5	353.7	Territoires du Nord Ouest
15.7	15.5	13.1	13.0	17.3	14.2	167.0	Nunavut

Table 7

**Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region  
(Current Periods)**

	Sales Ventes				
	November 2000 Novembre	October 2000 Octobre	September 2000 Septembre	August 2000 Août	Year-to-date 2000 Cumulatif
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Regions</b>					
Newfoundland	151.4	122.3	112.1	118.5	1,172.8
Prince Edward Island	33.9	29.7	32.2	39.0	324.7
Nova Scotia	258.3	218.1	211.6	216.5	2,218.9
New Brunswick	204.6	174.7	168.7	171.9	1,728.6
Quebec	1,742.2	1,675.6	1,686.7	1,681.8	17,342.3
Ontario	3,587.5	3,156.6	3,176.1	3,100.0	32,110.8
Manitoba	264.3	235.1	226.4	237.0	2,423.1
Saskatchewan	243.6	218.2	208.9	218.2	2,240.4
Alberta	974.9	864.8	860.8	872.4	8,834.5
British Columbia	1,088.2	1,010.7	1,029.8	1,029.0	10,547.5
Yukon	6.5	6.2	6.7	7.8	70.0
Northwest Territories	12.7	12.6	12.7	12.2	132.3
Nunavut	13.0	13.6	12.5	13.0	134.2
<b>Total</b>	<b>8,581.0</b>	<b>7,738.2</b>	<b>7,745.3</b>	<b>7,717.2</b>	<b>79,280.0</b>

Table 8

**Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region  
(Historical Estimates)**

	November 2000 Novembre	October 2000 Octobre	September 2000 Septembre	August 2000 Août	July 2000 Juillet	June 2000 Juin	May 2000 Mai
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Regions</b>							
Newfoundland	151.4	122.3	112.1	118.5	107.9	108.9	103.4
Prince Edward Island	33.9	29.7	32.2	39.0	36.7	32.6	28.8
Nova Scotia	258.3	218.1	211.6	216.5	209.1	212.9	198.2
New Brunswick	204.6	174.7	168.7	171.9	157.1	161.8	159.5
Quebec	1,742.2	1,675.6	1,686.7	1,681.8	1,666.9	1,717.8	1,701.2
Ontario	3,587.5	3,156.6	3,176.1	3,100.0	2,979.2	3,026.1	3,051.7
Manitoba	264.3	235.1	226.4	237.0	224.0	229.7	228.3
Saskatchewan	243.6	218.2	208.9	218.2	202.5	214.2	211.9
Alberta	974.9	864.8	860.8	872.4	815.9	817.7	807.6
British Columbia	1,088.2	1,010.7	1,029.8	1,029.0	994.1	984.1	971.5
Yukon	6.5	6.2	6.7	7.8	7.6	7.1	6.5
Northwest Territories	12.7	12.6	12.7	12.2	12.7	13.3	12.6
Nunavut	13.0	13.6	12.5	13.0	12.1	11.7	12.3
<b>Total</b>	<b>8,581.0</b>	<b>7,738.2</b>	<b>7,745.3</b>	<b>7,717.2</b>	<b>7,425.8</b>	<b>7,537.8</b>	<b>7,493.5</b>



Tableau 7

**Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)**

Change from previous year  
Variation par rapport à l'année précédente

November 2000 Novembre	October 2000 Octobre	September 2000 Septembre	August 2000 Août	Year-to-date 2000 Cumulatif	
Per cent - Pourcentage					
					<b>Régions</b>
2.5	2.0	1.6	10.6	4.5	Terre-Neuve
0.9	-0.3	3.9	7.1	4.9	Île-du-Prince-Édouard
-1.1	-1.4	2.7	0.3	2.6	Nouvelle-Écosse
3.0	2.2	6.5	5.6	5.4	Nouveau-Brunswick
4.6	0.4	7.5	6.4	4.7	Québec
9.3	3.0	7.4	5.3	5.9	Ontario
5.4	-0.3	1.9	4.2	3.6	Manitoba
4.8	-0.9	4.1	4.7	3.7	Saskatchewan
9.8	5.3	7.5	6.5	6.8	Alberta
4.9	2.0	3.5	5.1	3.8	Colombie-Britannique
1.6	1.6	-	2.6	6.4	Yukon
5.8	0.8	5.8	5.2	4.2	Territoires du Nord Ouest
12.1	13.3	6.8	6.6	6.8	Nunavut
<b>6.9</b>	<b>2.2</b>	<b>6.4</b>	<b>5.5</b>	<b>5.2</b>	<b>Total</b>

Tableau 8

**Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)**

April 2000 Avril	March 2000 Mars	February 2000 Février	January 2000 Janvier	December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	Year 2000 Année	
Millions of dollars - Millions de dollars							
							<b>Régions</b>
99.8	92.4	77.8	78.3	182.8	147.7	1,172.8	Terre-Neuve
26.4	24.1	21.2	20.1	48.5	33.6	324.7	Île-du-Prince-Édouard
193.0	185.8	160.5	154.9	360.3	261.2	2,218.9	Nouvelle-Écosse
147.2	141.4	120.6	121.1	267.6	198.6	1,728.6	Nouveau-Brunswick
1,541.3	1,425.1	1,199.7	1,304.0	2,305.6	1,665.7	17,342.3	Québec
2,702.5	2,634.0	2,303.4	2,393.7	4,712.8	3,283.3	32,110.8	Ontario
213.7	209.5	177.2	177.9	374.1	250.8	2,423.1	Manitoba
194.3	187.3	167.6	173.7	332.9	232.5	2,240.4	Saskatchewan
768.1	747.7	645.1	659.5	1,317.2	888.1	8,834.5	Alberta
920.8	905.8	793.3	820.2	1,569.5	1,037.5	10,547.5	Colombie-Britannique
5.8	6.2	4.8	4.8	9.3	6.4	70.0	Yukon
11.6	12.0	10.3	9.6	16.8	12.0	132.3	Territoires du Nord Ouest
12.5	12.5	10.5	10.5	14.1	11.6	134.2	Nunavut
<b>6,836.9</b>	<b>6,583.8</b>	<b>5,692.0</b>	<b>5,928.5</b>	<b>11,511.5</b>	<b>8,029.1</b>	<b>79,280.0</b>	<b>Total</b>

Table 9

## Retail Sales, Canada, Current and Constant (1992) Dollar Estimates

	Price Index  Indice des prix	Current Dollars  Dollars courants	Unadjusted Non désaisonnalisé		Constant 1992 dollars Dollars constants 1992	Year to year per cent change Variation en pourcentage pour l'année
			Year to year per cent change Variation en pourcentage pour l'année			
		Millions \$	%	Millions \$		%
<b>1998</b>						
January	107.6	17,223.5	4.8	16,010.9		3.9
February	107.7	16,271.3	4.2	15,108.5		4.0
March	108.7	18,738.1	6.1	17,240.8		5.6
April	108.6	20,804.2	5.1	19,156.7		5.1
May	108.9	22,336.2	2.9	20,512.7		2.5
June	108.8	21,643.7	4.8	19,884.0		4.1
July	107.8	21,696.9	4.7	20,129.8		4.4
August	107.3	20,608.3	1.9	19,207.8		2.0
September	107.6	20,660.5	5.0	19,193.2		4.7
October	107.6	21,078.5	2.1	19,596.3		2.3
November	107.7	20,716.2	2.6	19,243.8		2.4
December	106.1	24,863.5	1.4	23,430.1		1.7
<b>Year</b>	<b>107.9</b>	<b>246,641.0</b>	<b>3.8</b>	<b>228,714.6</b>		<b>3.6</b>
<b>1999</b>						
January	107.9	17,724.5	2.9	16,422.5		2.6
February	108.2	16,936.5	4.1	15,658.8		3.6
March	110.0	20,169.7	7.6	18,335.5		6.3
April	110.4	21,552.2	3.6	19,522.8		1.9
May	110.4	22,659.2	1.4	20,530.3		0.1
June	110.4	22,892.8	5.8	20,728.0		4.2
July	109.9	23,002.3	6.0	20,933.3		4.0
August	110.0	22,168.4	7.6	20,150.1		4.9
September	110.6	22,261.4	7.7	20,125.9		4.9
October	110.2	21,963.3	4.2	19,933.4		1.7
November	110.1	22,208.9	7.2	20,162.6		4.8
December	108.8	27,151.3	9.2	24,949.9		6.5
<b>Year</b>	<b>109.7</b>	<b>260,690.7</b>	<b>5.6</b>	<b>237,453.1</b>		<b>3.8</b>
<b>2000</b>						
January	110.1	18,598.5	4.9	16,896.6		2.9
February	110.7	18,463.9	9.0	16,677.7		6.5
March	112.4	22,075.5	9.4	19,632.4		7.1
April	111.4	22,081.1	2.5	19,829.6		1.6
May	111.8	24,557.0	8.4	21,965.4		7.0
June	112.3	24,780.8	8.2	22,057.3		6.4
July	111.6	23,821.2	3.6	21,351.6		2.0
August	111.4	24,245.8	9.4	21,767.1		8.0
September	111.8	23,855.6	7.2	21,342.3		6.0
October	111.1	22,765.6	3.7	20,488.9		2.8
November	111.8	23,789.8	7.1	21,286.8		5.6
December						
<b>Year</b>						

1. Seasonally adjusted constant (1992) dollar estimates are derived by deflating, with an implicit price index, the seasonally adjusted current dollar estimate.

Tableau 9

## Commerce de détail, Canada, estimations en dollars courants et constants (1992)

Price Index Indice des prix	Current Dollars Dollars courants	Seasonally adjusted Désaisonnalisé		Constant 1992 dollars <sup>1</sup> Dollars constants 1992 <sup>1</sup>	Month to month per cent change Variation en pourcentage pour le mois	
		Month to month per cent change Variation en pourcentage pour le mois				
	Millions \$	%	Millions \$	%		
107.7	20,053.5	-3.8	18,617.3	-3.1		<b>1998</b>
107.5	20,348.0	1.5	18,926.9	1.7		Janvier
107.5	20,338.8	0.0	18,923.0	0.0		Février
						Mars
107.5	20,727.2	1.9	19,274.8	1.9		Avril
107.9	20,690.3	-0.2	19,170.9	-0.5		Mai
108.0	20,455.0	-1.1	18,931.5	-1.2		Juin
107.8	20,625.3	0.8	19,138.1	1.1		Juillet
107.7	20,560.3	-0.3	19,086.2	-0.3		Août
108.0	20,744.9	0.9	19,202.0	0.6		Septembre
107.9	20,578.6	-0.8	19,068.4	-0.7		Octobre
108.1	20,827.8	1.2	19,269.9	1.1		Novembre
107.9	20,691.3	-0.7	19,174.7	-0.5		Décembre
<b>107.8</b>	<b>246,641.0</b>	...	<b>228,783.7</b>	...		<b>Année</b>
						<b>1999</b>
108.2	21,100.2	2.0	19,507.9	1.7		Janvier
108.1	21,231.3	0.6	19,644.7	0.7		Février
108.7	21,397.1	0.8	19,690.2	0.2		Mars
109.3	21,353.8	-0.2	19,536.4	-0.8		Avril
109.4	21,349.1	0.0	19,507.8	-0.1		Mai
109.5	21,538.6	0.9	19,662.6	0.8		Juin
109.9	21,871.9	1.5	19,906.4	1.2		Juillet
110.4	22,157.5	1.3	20,065.2	0.8		Août
110.9	22,207.3	0.2	20,022.4	-0.2		Septembre
110.6	21,911.9	-1.3	19,818.4	-1.0		Octobre
110.6	22,053.9	0.6	19,944.3	0.6		Novembre
111.0	22,518.2	2.1	20,283.4	1.7		Décembre
<b>109.7</b>	<b>260,690.7</b>	...	<b>237,589.7</b>	...		<b>Année</b>
						<b>2000</b>
110.0	22,544.9	0.1	20,503.0	1.1		Janvier
110.3	22,358.9	-0.8	20,275.5	-1.1		Février
111.2	22,839.6	2.2	20,541.9	1.3		Mars
110.5	22,622.4	-1.0	20,476.8	-0.3		Avril
111.0	22,787.9	0.7	20,529.3	0.3		Mai
111.5	23,051.0	1.2	20,673.1	0.7		Juin
111.4	23,387.4	1.5	20,994.9	1.6		Juillet
111.5	23,383.4	0.0	20,965.9	-0.1		Août
111.9	23,469.4	0.4	20,966.2	0.0		Septembre
111.6	23,295.6	-0.7	20,877.5	-0.4		Octobre
112.2	23,389.4	0.4	20,852.9	-0.1		Novembre
						Décembre
						<b>Année</b>

1. La désaisonnalisation des estimations en dollars constants (1992) s'obtient en dégonflant avec un indice implicite, les données désaisonnalisées en dollars courants.



## APPENDIX I

### Definitions

**Retail Trade**, for the purpose of this publication, is defined as "the aggregate sales made through retail locations (outlets)".

A **retail location**, as defined by Statistics Canada, is a "business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public, for household or personal consumption". Retail trade estimates do **not** include any form of direct selling which bypasses the retail store, e.g., direct door-to-door selling; sales made through automatic vending machines; sales of newspapers or magazines sold directly by printers or publishers; and sales made by book and record clubs. The only exception is the mail-order and catalogue sales activities of department store businesses which have been classified to the "general merchandise store" category. In addition, retail trade excludes retail sales through ancillary units, (e.g., warehouses, head offices, etc.), sales of contractors whose major activity is not retailing; and retail transactions between individuals.

**Total net sales** include sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, food serving and other service activities, **less** returns, adjustments and discounts. Total net sales also include trade-in allowances, commissions earned from sales of goods owned by others (including commissions received for lottery ticket sales) and proprietor's withdrawals of goods for personal use (at retail). Non-operating revenues, bad debts recovered and sales taxes (provincial sales taxes, the Goods and Services Tax (GST) and the Harmonized Sales Tax (HST)) collected for remittance to a government agency are excluded. Prior to January 1991, sales data included the Federal Sales Tax (FST). Due to this change in indirect taxes, data prior to 1991 are not strictly comparable with those of subsequent years. For users interested in deriving comparable data, an estimate of the amount of FST included in retail sales for 1990 is available for Canada from the Retail Trade Section. The reliability of this estimate does not permit adjustments at the provincial level.

**Department store type merchandise (DSTM)** is defined as total retail trade minus the following trade groups: super-markets and grocery stores; all other food stores; recreational and motor vehicle dealers; gasoline service stations; automotive parts, accessories and services; and all other retail stores (includes liquor, wine and beer stores and retail stores, n.e.c.).

## ANNEXE I

### Définitions

**Commerce de détail** signifie, pour les besoins de la présente publication, « l'ensemble des ventes effectuées par des points de vente au détail ».

Un **point de vente au détail**, suivant la définition de Statistique Canada, est un « local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et de services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle ». Les estimations relatives au commerce de détail **ne prennent pas** en compte les ventes directes, c'est-à-dire les ventes qui ne sont pas effectuées par l'intermédiaire d'un point de vente au détail, par exemple les ventes directes par démarchage, les ventes par distributeur automatique, les ventes de journaux ou de revues effectuées directement par les imprimeurs et les éditeurs, et les ventes effectuées par les clubs de livres et les clubs de disques. Il n'y a qu'une exception: les ventes des grands magasins effectuées par la poste ou par catalogue, qui sont classées dans la catégorie des « magasins de marchandises diverses ». En outre, le commerce de détail ne comprend pas les ventes au détail des unités auxiliaires (par exemple, entrepôts, sièges sociaux, etc.), ni les ventes des entrepreneurs dont l'activité principale ne relève pas du commerce de détail, ni les opérations de vente au détail entre particuliers.

**Les ventes nettes totales** comprennent les ventes de marchandises neuves et d'occasion et les recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres activités de services, **moins** la valeur des rendus (marchandises retournées), les ajustements et les rabais. Les ventes totales nettes comprennent également la valeur des reprises, les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui (y compris les commissions touchées pour la vente de billets de loterie) et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel. On ne prend pas en compte les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente (les taxes de vente provinciale, la taxe sur les produits et les services (TPS) et la taxe de vente harmonisée (TVH)) perçues pour le compte d'un organisme public. Les données sur les ventes antérieures à janvier 1991 incluent la taxe de vente fédérale (TVF). Du à ce changement dans les taxes indirectes, les données avant 1991 ne sont pas tout à fait comparables avec celles des années subséquentes. Pour les utilisateurs intéressés à calculer des données comparables, une estimation du montant de la TVF inclus dans les ventes au détail pour 1990 est disponible pour le Canada auprès de la Section du commerce de détail. Cette estimation n'est pas suffisamment fiable pour permettre des ajustements au niveau provincial.

**Les marchandises du genre de celles vendues dans les grands magasins (MGGM)** correspondent au total du commerce de détail moins les groupes de commerce suivants: les supermarchés d'alimentation et les épiceries; tous les autres magasins d'alimentation; les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs; les stations-service; les magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services; et les autres magasins de vente au détail (comprend les magasins de spiritueux, de vin et de bière et les magasins de vente au détail, n.c.a.).



## APPENDIX II

## Trade Group Coverage

**010 Supermarkets and Grocery Stores**

- 6011 Supermarkets
- 6012 Grocery stores(except supermarkets)

**020 All Other Food Stores**

- 6013 Bakery products stores
- 6014 Candy and nut stores
- 6015 Fruit and vegetable stores
- 6016 Meat markets
- 6019 Other specialty food stores, n.e.c.

**030 Drugs and Patent Medicine Stores**

- 6031 Pharmacies
- 6032 Patent medicine and toiletries stores

**040 Shoe Stores**

- 6111 Shoe stores

**050 Men's Clothing Stores**

- 6121 Men's clothing stores

**060 Women's Clothing Stores**

- 6131 Women's clothing stores

**070 Other Clothing Stores**

- 6141 Children's clothing stores
- 6142 Fur goods stores
- 6149 Other clothing stores, n.e.c.
- 6151 Fabric and yarn stores

**080 Household Furniture and Appliance Stores**

- 6211 Household furniture stores (with appliances and furnishings)
- 6212 Household furniture stores (without appliances and furnishings)
- 6213 Furniture refinishing and repair shops
- 6221 Appliance, television, radio and stereo stores
- 6222 Television, radio and stereo stores
- 6223 Appliance, television, radio and stereo repair shops

**090 Household Furnishings Stores**

- 6231 Floor covering stores
- 6232 Drapery stores
- 6239 Other household furnishings stores

## ANNEXE II

## Couverture des groupes de commerce

**010 Supermarchés d'alimentation et épiceries**

- 6011 Supermarchés d'alimentation
- 6012 Épiceries (sauf les supermarchés)

**020 Tous les autres magasins d'alimentation**

- 6013 Boulangeries-pâtisseries
- 6014 Confiseries et magasins de noix
- 6015 Magasins de fruits et légumes
- 6016 Marchés de viande
- 6019 Autres magasins d'alimentation spécialisés, n.c.a.

**030 Pharmacies et magasins de médicaments brevetés**

- 6031 Pharmacies
- 6032 Magasins de médicaments brevetés et de produits de toilette

**040 Magasins de chaussures**

- 6111 Magasins de chaussures

**050 Magasins de vêtements pour hommes**

- 6121 Magasins de vêtements pour hommes

**060 Magasins de vêtements pour dames**

- 6131 Magasins de vêtements pour dames

**070 Autres magasins de vêtements**

- 6141 Magasins de vêtements pour enfants
- 6142 Magasins de fourrures
- 6149 Autres magasins de vêtements, n.c.a.
- 6151 Magasins de tissus et de filés

**080 Magasins de meubles et d'appareils ménagers**

- 6211 Magasins de meubles de maison (avec appareils ménagers et accessoires d'ameublement)
- 6212 Magasins de meubles de maison (sans appareils ménagers ni accessoires d'ameublement)
- 6213 Ateliers de réparation de meubles
- 6221 Magasins d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
- 6222 Magasins de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
- 6223 Ateliers de réparation d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques

**090 Magasins d'accessoires d'ameublement**

- 6231 Magasins de revêtements de sol
- 6232 Magasins de tentures
- 6239 Autres magasins d'accessoires d'ameublement

<b>100</b>	<b>Motor and Recreational Vehicle Dealers</b>	<b>100</b>	<b>Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs</b>
6311	Automobile (new) dealers	6311	Concessionnaires d'automobiles neuves
6312	Automobile (used) dealers	6312	Concessionnaires d'automobiles d'occasion
6321	Motor home and travel trailer dealers	6321	Marchands de roulottes motorisées et de roulottes de voyage
6322	Boats, outboard motors and boating accessories dealers	6322	Marchands de bateaux, de moteurs hors-bord et d'accessoires pour bateaux
6323	Motorcycle and snowmobile dealers	6323	Marchands de motocyclettes et de motoneiges
6329	Other recreational vehicle dealers	6329	Autres marchands de véhicules de loisir
<b>110</b>	<b>Gasoline Service Stations</b>	<b>110</b>	<b>Stations-service</b>
6331	Gasoline service stations	6331	Stations-service
<b>120</b>	<b>Automotive Parts, Accessories and Services</b>	<b>120</b>	<b>Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services</b>
6341	Home and auto supply stores	6341	Magasins de fournitures pour la maison et pour l'automobile
6342	Tire, battery, parts and accessories stores	6342	Magasins de pneus, d'accumulateurs, de pièces et d'accessoires
6351	Garages (general repairs)	6351	Garages (réparations générales)
6352	Paint and body repair shops	6352	Ateliers de peinture et de carrosserie
6353	Muffler replacement shops	6353	Ateliers de remplacement de silencieux
6354	Motor vehicle glass replacement shops	6354	Ateliers de remplacement de glaces pour véhicules automobiles
6355	Motor vehicle transmission repair and replacement shops	6355	Ateliers de réparation et de remplacement de boîtes de vitesse de véhicules automobiles
6359	Other motor vehicle repair shops	6359	Autres ateliers de réparation de véhicules automobiles
6391	Car washes	6391	Lave-autos
6399	Other motor vehicle services, n.e.c.	6399	Autres services pour véhicules automobiles, n.c.a.
<b>130</b>	<b>General Merchandise Stores</b>	<b>130</b>	<b>Magasins de marchandises diverses</b>
6411	Department stores	6411	Magasins à rayons
6412	General stores	6412	Magasins généraux
6413	Other general merchandise stores (variety and general merchandise stores)	6413	Autres magasins de marchandises diverses (bazars et magasins de marchandises diverses)
<b>140</b>	<b>Other Semi-Durable Goods Stores</b>	<b>140</b>	<b>Autres magasins de produits semi-durables</b>
6511	Book and stationery stores	6511	Librairies et papeteries
6521	Florist shops	6521	Fleuristes
6522	Lawn and garden centres	6522	Centres de jardinage
6531	Hardware stores	6531	Quincailleries
6532	Paint, glass and wallpaper stores	6532	Magasins de peinture, de vitre et de papier peint
6581	Toy and hobby stores	6581	Magasins de jouets et d'articles de loisir
6582	Gift, novelty and souvenir stores	6582	Magasins de cadeaux, d'articles de fantaisie et de souvenirs
<b>150</b>	<b>Other Durable Goods Stores</b>	<b>150</b>	<b>Autres magasins de produits durables</b>
6541	Sporting goods stores	6541	Magasins d'articles de sport
6542	Bicycle shops	6542	Magasins de bicyclettes
6551	Musical instrument stores	6551	Magasins d'instruments de musique
6552	Record and tape stores	6552	Magasins de disques et de bandes magnétiques
6561	Jewellery stores	6561	Bijouteries
6562	Watch and jewellery repair shops	6562	Ateliers de réparation de montres et de bijoux
6571	Camera and photographic supply stores	6571	Magasins d'appareils et de fournitures photographiques

**160 Other Retail Stores**

6021	Liquor stores
6022	Wine stores
6023	Beer stores
6591	Second-hand merchandise stores, n.e.c.
6592	Opticians' shops
6593	Art galleries and artists' supply stores
6594	Luggage and leather goods stores
6595	Monument and tombstone dealers
6596	Pet stores
6597	Coin and stamp dealers
6598	Mobile home dealers
6599	Other retail stores, n.e.c.

**160 Autres magasins de vente au détail**

6021	Magasins de spiritueux
6022	Magasins de vin
6023	Magasins de bière
6591	Magasins de marchandises d'occasion, n.c.a.
6592	Opticiens
6593	Galleries d'art et magasins de fournitures pour artistes
6594	Magasins de bagages et de maroquinerie
6595	Magasins de monuments funéraires et de pierres tombales
6596	Magasins d'animaux de maison
6597	Marchands de pièces de monnaie et de timbres
6598	Marchands de maisons mobiles
6599	Autres magasins de vente au détail, n.c.a.



# ORDER FORM

Statistics Canada

## TO ORDER:



MAIL

Statistics Canada  
Dissemination Division  
Circulation Management  
120 Parkdale Avenue  
Ottawa, Ontario  
K1A 0T6 Canada



PHONE  
1 800 267-6677  
(613) 951-7277



FAX  
1 877 287-4369  
(613) 951-1584



E-MAIL: [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca)

(Please print)



1 800 363-7629  
Telecommunication Device  
for the Hearing Impaired

Company

Department

Attention

Title

Address

City

Province

Postal Code

Phone

Fax

E-mail Address:

Your personal information is protected by the *Privacy Act*.<sup>\*\*</sup>

## METHOD OF PAYMENT:

(Check only one)



Please charge my:



VISA



MasterCard

Card Number

Expiry Date

Cardholder (please print)

Signature



Payment enclosed \$

(payable to the Receiver General for Canada)



Purchase  
Order Number  
(please enclose)

Authorized Signature

Catalogue Number	Title	Date of issue(s) or indicate an "S" for subscription(s)	Price (All prices exclude sales tax)	*Shipping Charges (Applicable to shipments sent outside Canada)	Quantity	Total \$

\*Shipping charges: No shipping charges for delivery in Canada. For shipments to the United States, please add \$6 per issue or item ordered. For shipments to other countries, please add \$10 per issue or item ordered. Annual frequency = 1. Quarterly frequency = 4. Monthly frequency = 12.

Canadian clients add **either** 7% GST and applicable PST **or** HST (GST Registration No. R121491807).

Clients outside Canada pay in Canadian dollars drawn on a Canadian bank **or** pay in equivalent US dollars, converted at the prevailing daily exchange rate, drawn on a US bank.

Statistics Canada is FIS-ready. Federal government departments and agencies must include with all orders their IS Organization Code \_\_\_\_\_ and IS Reference Code \_\_\_\_\_.

**\*\* Statistics Canada will only use your information to complete this sales transaction, deliver your product(s), and administer your account. From time to time, we may also offer you other Statistics Canada products and services and conduct market research. If you do not wish to be contacted again for promotional purposes ☐ and/or market research, ☐ check as appropriate and fax or mail this page to us, call 1 800 700-1033 or e-mail [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca).**

SUBTOTAL

GST (7%)

Applicable PST

Applicable HST  
(N.S., N.B., Nfld.)

GRAND TOTAL

PF099000

## THANK YOU FOR YOUR ORDER!



Statistics Canada  
Statistique Canada

[www.statcan.ca](http://www.statcan.ca)

Canada







# Treat data like dollars!

# Les données, c'est de l'argent!

729MIS00007

## Invest in *Canadian Economic Observer* and get immediate returns and long-term benefits!

Accurate data and insightful analysis are the hallmarks of sound decisions and successful business practices. They are also hallmarks of *Canadian Economic Observer (CEO)*.

### Value for Money — Every Month

Each month you will receive *CEO*'s two-part briefing package on the economy.

**Part One** is in an easy-to-read magazine format filled with data and analysis, supported by tables and charts. Every issue contains:

- ▶ a summary table of current economic conditions
- ▶ concise sector-by-sector analysis of economic indicators
- ▶ developments in provincial as well as international economies
- ▶ highlights of economic events at home and abroad
- ▶ one or more feature articles spotlighting major issues or industry sectors

**Part Two** is a separate companion volume — *The Statistical Summary*:

- ▶ hard numbers in tabular form on markets, prices, industrial sectors, trade competitiveness and much more
- ▶ more than 1,100 economic indicators
- ▶ monthly data for the calendar year in review
- ▶ user-friendly tables and graphs

### Satisfaction Guaranteed!

- ▶ As a subscriber, you'll be connected to Statistics Canada's economic analysts — answers to your questions related to either data or feature articles contained in *CEO* are just a phone call away.
- ▶ Discounts for multi-year subscribers — and as a bonus for subscribing, we'll give you a copy of *CEO*'s annual *Historical Statistical Summary*.
- ▶ Subscribing to *CEO* is a risk-free investment! At any time and for any reason, you may cancel your subscription and receive a refund on all undelivered copies...no questions asked.

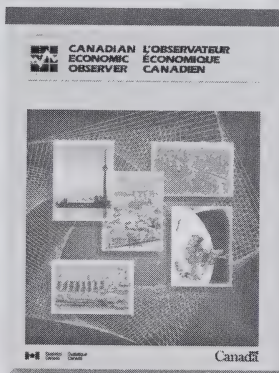
### Start your subscription today!

Prove to yourself that an investment in data will pay off handsomely.

Subscribe to the *Canadian Economic Observer* (Catalogue No. 11-010-XPB) TODAY for only \$227. In Canada, please add either GST and applicable PST or HST. Shipping charges: No shipping charges for delivery in Canada. For shipments to the United States, please add \$72. For shipments to other countries, please add \$120. **CALL TOLL-FREE** 1 800 267-6677 or **FAX** 1 877 287-4369. You can also **MAIL** your order to: Statistics Canada, Circulation Management, Dissemination Division, 120 Parkdale Ave., Ottawa, Ontario, K1A 0T6, Canada or contact your local Statistics Canada Regional Reference Centre listed within this publication.

Visit our *CEO* Web page for further details:

<http://www.statcan.ca/english/ads/11-010-XPB/index.htm>



## Investissez dans *L'Observateur économique canadien* et profitez de retombées immédiates et d'avantages à long terme!

Des données exactes et des analyses perspicaces font la force de bonnes décisions et de pratiques d'entreprise fructueuses. Elles font aussi la force de *L'Observateur économique canadien (L'OÉC)*.

### De l'argent bien placé — tous les mois

Chaque mois, vous recevrez la trousse d'information à deux volets sur l'économie de *L'OÉC*.

La **première partie** est un magazine facile à lire, rempli de données et d'analyses appuyées de tableaux et graphiques. Chaque numéro renferme :

- ▶ un tableau sommaire de la conjoncture économique
- ▶ une analyse concise par secteur des indicateurs économiques

- ▶ les développements intervenus dans les économies provinciales et internationales
- ▶ les faits saillants d'événements économiques observés au pays et à l'étranger
- ▶ au moins un article vedette sur de grandes questions ou des secteurs de l'industrie

La **deuxième partie** est une publication d'accompagnement distincte intitulée *Aperçu statistique* :

- ▶ des chiffres sous forme de tableaux sur les marchés, les prix, les secteurs industriels, la compétitivité dans le monde des affaires et bien plus encore
- ▶ plus de 1 100 indicateurs économiques
- ▶ des données mensuelles pour l'année civile à l'étude
- ▶ des tableaux et graphiques faciles à utiliser

### Satisfaction garantie!

- ▶ En tant qu'abonné, vous serez en contact avec les analystes économiques de Statistique Canada. Pour obtenir des réponses à n'importe quelle de vos questions sur les données ou les articles vedettes de *L'OÉC*, vous n'avez qu'à nous appeler.
- ▶ Des réductions sont offertes sur les abonnements pluriannuels et, comme prime à l'abonnement, vous recevrez gratuitement un exemplaire de l'annuel *Supplément statistique historique* de *L'OÉC*.
- ▶ S'abonner à *L'OÉC* est un placement sans risque! En tout temps et pour quelle que raison que ce soit, vous pouvez annuler votre abonnement et vous faire rembourser pour tous les numéros qui ne vous ont pas été livrés... sans question.

### Commencez votre abonnement dès aujourd'hui!

Vous verrez qu'un investissement dans les données, ça rapporte gros.

Abonnez-vous à *L'Observateur économique canadien* (n° 11-010-XPB au catalogue) AUJOURD'HUI pour seulement 227 \$. Au Canada, veuillez ajouter soit la TPS et la TVP en vigueur, soit la TVH. Frais de port : Aucuns frais pour les envois au Canada. Pour les envois à destination des États-Unis, veuillez ajouter 72 \$. Pour les envois à destination des autres pays, veuillez ajouter 120 \$. **APPELEZ SANS FRAIS** au 1 800 267-6677. Vous pouvez également **TÉLÉCOPIER** votre commande au 1 877 287-4369 ou la **POSTER** à Statistique Canada, Gestion de la circulation, Division de la diffusion, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario), K1A 0T6, Canada. Vous pouvez également communiquer avec le Centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près figurant dans la présente publication.

Visitez notre page Web de *L'OÉC* pour plus de renseignements :

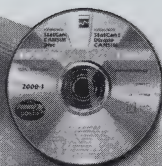
[http://www.statcan.ca/francais/ads/11-010-XPB/index\\_f.htm](http://www.statcan.ca/francais/ads/11-010-XPB/index_f.htm)

For over 30 years, **CANSIM** has made it possible for Canadian businesses to track trends in virtually every sector of Canadian social and economic life.

A universe  
of Canadian  
socio-economic data

**CANSIM**

Un univers  
de données  
socioéconomiques  
canadiennes



Depuis plus de 30 ans **CANSIM** permet aux entreprises canadiennes de suivre de près les tendances dans presque tous les secteurs de la vie sociale et économique au Canada.

So, when YOU need accurate, precise and timely data from a source you can trust, look no further than **CANSIM** and its more than 700,000 time series—some extending back more than 50 years!

Available on CD-ROM and online through Statistics Canada and our licensed distributors, this multi-subject database provides a wide range of statistical information on **labour, transportation, population, finance, international trade, manufacturing, prices and much more.**

Using **CANSIM** is simple.

The **CD-ROM** offers you an **UNLIMITED ACCESS** to **CANSIM's** complete historical records. For the last time ever, the CD-ROM was produced in March 2000.

The **online version**, updated daily, allows you to pick and choose **THE LATEST TIME SERIES YOU WANT!**

Whether it's from the CD-ROM or the online version, getting the exact range of data you need takes only a few minutes—and you can download it to your preferred software application.

In a nutshell, this powerful database presents an **organized universe of business, economic and social data** that you can explore and mine for the information you need, exactly when you need it!

CD-ROM: \$1,995  
In Canada, please add **either** GST and applicable PST **or** HST. Shipping charges:  
No shipping charges for delivery in Canada. For shipments to the United States, please add \$6. For shipments to other countries, please add \$10.

Online: \$3 per time series

The CD-ROM and the online version are also available through our licensed distributors. For details, check the listing at **www.statcan.ca.**

### To order:

- Phone 1 800 263-1136 and discuss your requirements with our knowledgeable account executives.
- Access our Web site at **www.statcan.ca.**

Tomorrow's socio-economic decisions need **CANSIM** today!

Alors, si VOUS avez besoin de données exactes, précises et à jour provenant de source sûre, ne cherchez plus et consultez **CANSIM** et ses 700 000 séries chronologiques, certaines remontant à plus de 50 ans!

Disponible sur CD-ROM et en direct auprès de Statistique Canada et de ses distributeurs autorisés, cette base de données polyvalente fournit un vaste éventail de renseignements statistiques sur **le travail, le transport, la population, la finance, le commerce international, la fabrication, les prix et plus encore.**

L'utilisation de **CANSIM** est simple.

Le **CD-ROM** vous offre un **ACCÈS ILLIMITÉ** à tous les enregistrements chronologiques de **CANSIM**. L'édition de mars 2000 était la dernière à paraître.

La **version en direct**, mise à jour quotidiennement, vous permet de repérer et de choisir **LA SÉRIE CHRONOLOGIQUE LA PLUS ACTUELLE!**

Que vous utilisiez le CD-ROM ou la version en direct, vous obtiendrez en quelques minutes seulement la gamme exacte de données dont vous avez besoin, données que vous pouvez télécharger dans votre application logicielle préférée.

Grosso modo, cette base de données puissante présente un **univers organisé de données commerciales, économiques et sociales** que vous pouvez explorer et dont vous pouvez extraire les renseignements voulus, au moment où vous en avez besoin!

CD-ROM : 1 995 \$  
Au Canada, veuillez ajouter **soit** la TPS et la TVP en vigueur, **soit** la TVH. Frais de port : Aucuns frais pour les envois au Canada. Pour les envois à destination des États-Unis, veuillez ajouter 6 \$. Pour les envois à destination des autres pays, veuillez ajouter 10 \$.

En direct : 3 \$ par série chronologique

Vous pouvez également vous procurer le CD-ROM et la version en direct auprès des distributeurs autorisés. Vous trouverez leurs coordonnées à l'adresse **www.statcan.ca.**

### Pour commander :

- Composez le 1 800 263-1136 et faites part de vos besoins à l'un de nos analystes-conseils chevronnés.
- Visitez notre site Web à **www.statcan.ca.**

Pour prendre des décisions éclairées en matière socioéconomique, consultez **CANSIM** dès maintenant!





Catalogue no. 63-005-XPB

# Retail Trade

December 2000

N° 63-005-XPB au catalogue

# Commerce de détail

Décembre 2000

Government  
Publications



Statistics  
Canada

Statistique  
Canada

Canada

## How to obtain more information

Specific inquiries about this product and related statistics or services should be directed to: Marketing and Client Services Section, Distributive Trades Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (telephone: (613) 951-3549) or toll free at 1 877 421-3067).

For information on the wide range of data available from Statistics Canada, you can contact us by calling one of our toll-free numbers. You can also contact us by e-mail or by visiting our Web site.

National inquiries line	1 800 263-1136
National telecommunications device for the hearing impaired	1 800 363-7629
Depository Services Program inquiries	1 800 700-1033
Fax line for Depository Services Program	1 800 889-9734
E-mail inquiries	infostats@statcan.ca
Web site	www.statcan.ca

## Ordering and subscription information

This product, Catalogue no. 63-005-XPB, is published monthly as a standard printed publication at a price of CDN \$21.00 per issue and CDN \$206.00 for a one-year subscription. The following additional shipping charges apply for delivery outside Canada:

	Single issue	Annual subscription
United States	CDN \$ 6.00	CDN \$72.00
Other countries	CDN \$ 10.00	CDN \$120.00

This product is also available in electronic format on the Statistics Canada Internet site as Catalogue no. 63-005-XIB at a price of CDN \$16.00 per issue and CDN \$155.00 for a one-year subscription. To obtain single issues or to subscribe, visit our Web site at [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca), and select Products and Services.

All prices exclude sales taxes.

The printed version of this publication can be ordered by

- Phone (Canada and United States) **1 800 267-6677**
- Fax (Canada and United States) **1 877 287-4369**
- E-mail **order@statcan.ca**
- Mail Statistics Canada  
Dissemination Division  
Circulation Management  
120 Parkdale Avenue  
Ottawa, Ontario K1A 0T6
- And, in person at the Statistics Canada Reference Centre nearest you, or from authorised agents and bookstores.

When notifying us of a change in your address, please provide both old and new addresses.

## Standards of service to the public

Statistics Canada is committed to serving its clients in a prompt, reliable and courteous manner and in the official language of their choice. To this end, the Agency has developed standards of service which its employees observe in serving its clients. To obtain a copy of these service standards, please contact Statistics Canada toll free at 1 800 263-1136.

## Comment obtenir d'autres renseignements

Toute demande de renseignements au sujet du présent produit ou au sujet de statistiques ou de services connexes doit être adressée à : Section du marketing et service à la clientèle, Division de la statistique du commerce, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (téléphone : (613) 951-951-3549) ou sans frais au 1 877 421-3067).

Pour obtenir des renseignements sur l'ensemble des données de Statistique Canada qui sont disponibles, veuillez composer l'un des numéros sans frais suivants. Vous pouvez également communiquer avec nous par courriel ou visiter notre site Web.

Service national de renseignements	1 800 263-1136
Service national d'appareils de télécommunications pour les malentendants	1 800 363-7629
Renseignements concernant le Programme des bibliothèques de dépôt	1 800 700-1033
Télécopieur pour le Programme des bibliothèques de dépôt	1 800 889-9734
Renseignements par courriel	infostats@statcan.ca
Site Web	www.statcan.ca

## Renseignements sur les commandes et les abonnements

Le produit n° 63-005-XPB au catalogue est publié mensuellement en version imprimée standard et est offert au prix de 21 \$ CA l'exemplaire et de 206 \$ CA pour un abonnement annuel. Les frais de livraison supplémentaires suivants s'appliquent aux envois à l'extérieur du Canada :

	Exemplaire	Abonnement annuel
États-Unis	6 \$ CA	72 \$ CA
Autres pays	10 \$ CA	120 \$ CA

Ce produit est aussi disponible sous forme électronique dans le site Internet de Statistique Canada, sous le n° 63-005-XIB au catalogue, et est offert au prix de 16 \$ CA l'exemplaire et de 155 \$ CA pour un abonnement annuel. Les utilisateurs peuvent obtenir des exemplaires ou s'abonner en visitant notre site Web à [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca) et en choisissant la rubrique Produits et services.

Les prix ne comprennent pas les taxes de ventes.

La version imprimée peut être commandée par

- Téléphone (Canada et États-Unis) **1 800 267-6677**
- Télécopieur (Canada et États-Unis) **1 877 287-4369**
- Courriel **order@statcan.ca**
- Poste Statistique Canada  
Division de la diffusion  
Gestion de la circulation  
120, avenue Parkdale  
Ottawa (Ontario) K1A 0T6
- En personne au bureau régional de Statistique Canada le plus près de votre localité ou auprès des agents et librairies autorisés.

Lorsque vous signalez un changement d'adresse, veuillez nous fournir l'ancienne et la nouvelle adresse.

## Normes de service à la clientèle

Statistique Canada s'engage à fournir à ses clients des services rapides, fiables et courtois, et ce, dans la langue officielle de leur choix. À cet égard, notre organisme s'est doté de normes de service à la clientèle qui doivent être observées par les employés lorsqu'ils offrent des services à la clientèle. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec Statistique Canada au numéro sans frais 1 800 263-1136.



Statistics Canada  
Distributive Trades Division  
Retail Financial Section

# Retail Trade

December 2000

Statistique Canada

Division de la statistique du commerce  
Section du commerce de détails financiers

# Commerce de détail

Décembre 2000

Published by authority of the Minister  
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 2001

All rights reserved. No part of this publication  
may be reproduced, stored in a retrieval system or  
transmitted in any form or by any means, electronic,  
mechanical, photocopying, recording or otherwise  
without prior written permission from Licence  
Services, Marketing Division, Statistics Canada,  
Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

February 2001

Catalogue no. 63-005-XPB, Vol. 72, No. 12  
ISSN 0380-6146

Frequency: Monthly

Catalogue no. 63-005-XIB, Vol. 72, No. 12  
ISSN 1488-0008

Ottawa

Publication autorisée par le ministre  
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 2001

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire  
ou de transmettre le contenu de la présente publication,  
sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit,  
enregistrement sur support magnétique, reproduction  
électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou  
de l'emmagasiner dans un système de recouvrement,  
sans l'autorisation écrite préalable des Services de  
concession des droits de licence, Division du  
marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario,  
Canada K1A 0T6.

Février 2001

N° 63-005-XPB au catalogue, vol. 72, n° 12  
ISSN 0380-6146

Périodicité : mensuelle

N° 63-005-XIB au catalogue, vol. 72, n° 12  
ISSN 1488-0008

Ottawa

---

## Note of appreciation

*Canada owes the success of its statistical system  
to a long-standing partnership between Statistics  
Canada, the citizens of Canada, its businesses,  
governments and other institutions. Accurate and  
timely statistical information could not be produced  
without their continued cooperation and goodwill.*

---

## Note de reconnaissance

*Le succès du système statistique du Canada repose  
sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada  
et la population, les entreprises, les administrations  
canadiennes et les autres organismes. Sans cette  
collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible  
de produire des statistiques précises et actuelles.*



## Symbols

The following standard symbols are used in this Statistics Canada publication:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

## NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

## A NOTE ON CANSIM

All current and historical statistics on Retail Trade (Matrix Nos. 2299, 2397-2416 and 2418-2420), as well as many other series are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian – Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printout, or in machine readable form. For further information, contact the Cansim staff or Dissemination Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (telephone (613) 951-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- **F. Maranda**, Director, Distributive Trades Division
- **D. McDowell**, Assistant Director, Distributive Trades Division
- **B. Meyer**, Chief, Retail Financial Section, Distributive Trades Division
- **P. Gratton**, Senior Economist, Retail Financial Section, Distributive Trades Division

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences - Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 - 1984.



## Signes conventionnels

Les signes conventionnels suivants sont employés uniformément dans cette publication de Statistique Canada :

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

## NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

## NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système Canadien d'information socio-économique) fournit au public toutes les statistiques actuelles et historiques sur le Commerce de détail (matrice nos 2299, 2397-2416 et 2418-2420), et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports ordinolingués. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de CANSIM de la Division de la diffusion, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone (613) 951-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de :

- **F. Maranda**, directeur, Division de la statistique du commerce
- **D. McDowell**, directeur adjoint, Division de la statistique du commerce
- **B. Meyer**, chef, section du commerce de détails financiers, Division de la statistique du commerce
- **P. Gratton**, économiste principal, Section du commerce de détails financiers, Division de la statistique du commerce

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'American National Standard for Information Sciences "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 1984.



## TABLE OF CONTENTS

	PAGE
Highlights	v
Charts	ix
For Further Reading	xi

## Table

1. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	2
2. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	4
3. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)	6
4. Retail Trade Sample Response Fraction and Coefficient of Variation (Current Periods)	22
5. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	24
6. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	26
7. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Current Periods)	28
8. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Historical Estimates)	28
9. Retail Sales, Current and Constant (1992) Dollar Estimates	30

## Appendix

I. Definitions	33
II. Trade Group Coverage	34

## TABLE DES MATIÈRES

	PAGE
Faits saillants	v
Graphiques	ix
Lectures suggérées	xi

## Tableau

1. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	2
2. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	4
3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)	6
4. Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation (périodes courantes)	22
5. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	24
6. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	26
7. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)	28
8. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)	28
9. Ventes au détail, estimations en dollars courants et constants (1992)	30

## Appendice

I. Définitions	33
II. Couverture des groupes de commerce	34

## Note to users

Monthly estimates (unadjusted data) for four metropolitan areas (Montreal, Toronto, Winnipeg and Vancouver) can be tabulated by trade group and are available for purchase. For information on metropolitan area estimates, contact the Marketing and Client Services Section at (613) 951-3549 or toll free at 1 877 421-3067.

Users interested in acquiring further information relating to the methodology, seasonal adjustment and data reliability of this survey may consult the February 2000 issue (containing revisions to the previous year) of this publication or contact the Marketing and Client Services Section.

## Notes aux utilisateurs

Les estimations mensuelles (non désaisonnalisées) pour les quatre régions métropolitaines (Montréal, Toronto, Winnipeg et Vancouver) par groupe de commerce sont disponibles pour achat. Pour plus de renseignements sur les régions métropolitaines, communiquez avec la Section du marketing et services à la clientèle au (613) 951-3549 ou sans frais au 1 877 421-3067.

Les utilisateurs qui sont intéressés d'obtenir plus de renseignements concernant la méthodologie, la désaisonnalisation et la fiabilité des données de cette enquête peuvent consulter le numéro de février 2000, de cette publication (incluant les révisions de l'année précédente) ou communiquez avec la Section du marketing et services à la clientèle.

## Highlights

### Year 2000 (preliminary) and December 2000

Higher spending in the food and general merchandise sectors pushed total retail sales up 0.9% in December to \$23.7 billion. This follows four months of essentially flat retail sales, preceded by increases in the May-to-July period. Retail sales advanced 6.3% in 2000, the third largest annual increase in the last 10 years.

### Food stores and general merchandisers benefited from holiday spending

Food (+2.5%) and general merchandise retailers (+2.4%) enjoyed increased holiday spending in December. More than half of the growth in food store sales can be explained by higher prices, especially for fresh products. Benefiting from department store openings, the general merchandise sector bounced back from a 1.5% decline in November.

The automotive sector (+0.4%) posted the only other significant sales gain in December, led by increases in automotive parts, accessories and services stores (+3.6%). Motor and recreational vehicle dealers reported a decline (-0.3%) in sales, and gasoline service stations reported an increase (+0.4%).

## Faits saillants

### Année 2000 et décembre 2000 (données provisoires)

Des dépenses à la hausse dans les secteurs de l'alimentation et des marchandises diverses ont fait grimper de 0,9 % l'ensemble des ventes au détail en décembre, dont la valeur a atteint 23,7 milliards de dollars. Cette progression fait suite à quatre mois au cours desquels les ventes au détail n'ont pratiquement pas varié et aux augmentations importantes enregistrées durant la période de mai à juillet. Les ventes au détail ont progressé de 6,3 % en 2000, ce qui représente la troisième plus importante progression annuelle des dix dernières années.

### Les magasins d'alimentation et les magasins de marchandises diverses profitent des dépenses de la période des fêtes

En décembre, les magasins d'alimentation (+2,5 %) et les magasins de marchandises diverses (+2,4 %) ont bénéficié d'une augmentation des dépenses des consommateurs au cours de la période des fêtes. Plus de la moitié de la progression observée dans le cas des magasins d'alimentation est attribuable à une hausse des prix, et ce, en particulier pour les produits frais. Profitant de l'ouverture de grands magasins, le secteur des magasins de marchandises diverses a connu une hausse après avoir enregistré un recul de 1,5 % en novembre.

Le secteur de l'automobile (+0,4 %) a affiché la seule autre progression significative des ventes en décembre, laquelle est attribuable avant tout à l'augmentation des ventes des magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et de service (+3,6 %). Les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs ont déclaré une diminution de leurs ventes (-0,3 %), tandis que les stations-service ont enregistré une augmentation (+0,4 %).

### Note to users

At the end of every calendar year, seasonally adjusted monthly figures are revised to equal the sum of the unadjusted estimates. Revised seasonally adjusted figures are presented this month for September to November 2000. The complete revision of seasonally adjusted data for the 2000 calendar year will be released in April. In order to present provincial analysis by sector, all annual comparisons use the sum of unadjusted monthly estimates. As usual, the rest of the analysis is based on seasonally adjusted estimates.

### Note aux lecteurs

À la fin de chaque année civile, les données mensuelles désaisonnalisées font l'objet d'une révision, afin de les faire correspondre au total des estimations non désaisonnalisées. Ce mois-ci, des données désaisonnalisées révisées sont présentées pour la période de septembre à novembre 2000. La révision complète des données désaisonnalisées relatives à l'année civile 2000 sera publiée en avril. Afin de présenter une analyse par province et par secteur, toutes les comparaisons annuelles du présent communiqué sont fondées sur la somme des estimations mensuelles non désaisonnalisées. Le reste de l'analyse est fondé, comme à l'habitude, sur des estimations désaisonnalisées.



## 2000 was a good year for retailers

All retail sectors posted sales increases in 2000; the 6.3% advance in retail sales is the third strongest in the last 10 years. Only 1997 (+7.7%) and 1994 (+7.0%) exceeded the growth reported in 2000.

For a third consecutive year, furniture led all sectors (+10.7%). Credit incentives and a healthy housing market continued to stimulate sales in furniture stores in 2000.

Higher gasoline prices in 2000 helped the automotive sector (+8.7%) post its strongest annual sales gain in the last three years. Sales by gasoline service stations jumped 23.2% in 2000. Motor and recreational vehicle dealers (+5.7%) and automotive parts, accessories and services stores (+5.0%) posted similar sales increases.

Motor and recreational vehicle dealers saw weaker sales in the last three months of 2000, after reporting strong sales in the May-to-September period. Large cash rebates and attractive financing offers helped to stimulate sales of motor vehicles, particularly in the middle of the year.

## Remaining sectors posted less robust increases

In 2000, retailers in the clothing sector reported their strongest sales increases (+5.5%) in the last six years. Most of this gain came from other clothing stores (+10.0%). These stores, which sell a variety of women's, men's and children's clothing, may have gained market share from other types of stores selling clothing. Women's clothing stores (+2.7%) posted a smaller gain, while sales were essentially unchanged in men's clothing stores (+0.1%) and declined in shoe stores (-0.4%). Sales in the overall clothing sector weakened in the last three months of 2000, after generally rising the rest of the year.

Sales by stores classified as other retail rose 5.0% in 2000. The other retail category includes liquor stores, sporting goods stores, hardware stores and bookstores. Sales in this sector have been essentially flat since September, after four months of strong increases.

Despite a strong Christmas season, retailers in the general merchandise sector saw a relatively modest sales gain in 2000 (+4.4%). This is partly explained by the loss of a major department store in the fall of 1999. Sales by department stores increased by only 2.0% in 2000, while sales in other general merchandise stores advanced 7.6%. Retailers classified as other general merchandise stores have enjoyed robust growth since the start of 1997.

## 2000 a été une bonne année pour les détaillants

Tous les secteurs du commerce de détail ont connu une hausse de leurs ventes en 2000. L'augmentation de 6,3 % des ventes au détail en 2000 représente la troisième plus importante progression annuelle des dix dernières années. Seules les hausses observées en 1997 (+7,7 %) et en 1994 (+7,0 %) ont excédé celle qui a été enregistrée en 2000.

Pour une troisième année consécutive, le secteur du meuble (+10,7 %) a surclassé tous les autres secteurs du commerce de détail. Les programmes d'incitations au crédit ainsi qu'un marché de l'habitation se portant bien ont continué de stimuler les ventes des magasins de meubles en 2000.

Des prix de l'essence plus élevés en 2000 ont aidé le secteur de l'automobile (+8,7 %) à enregistrer sa plus forte progression annuelle des ventes des trois dernières années. Les ventes des stations-service ont fait un bond de 23,2 % en 2000. Les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs (+5,7 %) et les magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et de service (+5,0 %) ont affiché des hausses similaires de leurs ventes.

Les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs ont enregistré des ventes plus faibles au cours des trois derniers mois de 2000, après avoir déclaré de fortes ventes durant la période de mai à septembre. D'importantes remises en espèces et des offres de financement avantageuses ont contribué à stimuler les ventes de véhicules automobiles, particulièrement au milieu de l'année.

## Les autres secteurs de la vente au détail ont affiché des progressions plus modestes

En 2000, les détaillants du secteur de l'habillement ont déclaré la plus forte progression de leurs ventes (+5,5 %) des six dernières années. La majeure partie de cette hausse provient des établissements appartenant à la catégorie des autres magasins de vêtements (+10,0 %). Ces magasins, qui vendent divers vêtements pour femmes, pour hommes et pour enfants, pourraient avoir enlevé des parts de marché à d'autres types de magasin qui vendent des vêtements. Les magasins de vêtements pour femmes (+2,7 %) ont affiché une progression plus faible, tandis que les ventes sont restées pratiquement inchangées dans les magasins de vêtements pour hommes (+0,1 %) et ont reculé dans le cas des magasins de chaussures (-0,4 %). Pour l'ensemble du secteur de l'habillement, les ventes ont ralenti au cours des trois derniers mois de 2000, après avoir généralement progressé durant le reste de l'année.

Les ventes des magasins appartenant à la catégorie des autres magasins de vente au détail ont augmenté de 5,0 % en 2000. Cette catégorie comprend notamment les magasins de boissons alcoolisées, les magasins d'articles de sport, les quincailleries et les librairies. Dans ce secteur, les ventes sont restées pratiquement inchangées depuis septembre, après quatre mois de fortes augmentations.

En dépit d'une période des fêtes vigoureuse, les détaillants du secteur des marchandises diverses ont connu une hausse relativement modeste de leurs ventes en 2000 (+4,4 %). Cela s'explique en partie par la fermeture définitive d'un grand magasin important au cours de l'automne 1999. Les ventes des grands magasins n'ont progressé que de 2,0 % en 2000, tandis que les ventes des autres magasins de marchandises diverses se sont accrues de 7,6 %. Les détaillants classés dans la catégorie des autres magasins de marchandises diverses bénéficient d'une croissance robuste depuis le début de 1997.



Sales by food stores were up 4.0% in 2000, almost twice the 2.1% gain seen in 1999. Food stores have generally been experiencing sales increases since early 1996. Sales advances in drug stores (+2.1%) in 2000 were lower than in 1999 (+3.0%). Sales in drug stores have been increasing since the spring of 2000, after a short period of declines that began in the fall of 1999.

### Retail sales by sector

	1999	2000	1999 to 2000
	\$ millions		% change
Furniture	13,654	15,122	10.7
Automotive	102,315	111,176	8.7
<b>Total, all stores</b>	<b>260,691</b>	<b>277,151</b>	<b>6.3</b>
Clothing	14,334	15,116	5.5
Other	28,174	29,594	5.0
General merchandise	29,990	31,306	4.4
Food	58,889	61,217	4.0
Drug	13,335	13,620	2.1

### Alberta led the way in 2000

Increases in retail sales above the national average were reported in Alberta, Ontario, Prince Edward Island, Northwest Territories, Newfoundland and Nunavut.

Alberta led all other provinces and territories in 2000, posting its second strongest annual retail sales gains in the last 10 years. Retail sales in Alberta advanced 8.9% in 2000, an annual gain surpassed only in 1997 (+13.2%). Consumer spending was particularly strong in the furniture and automotive sectors, where sales rose more than 12%. All remaining sectors showed annual gains of at least 6%, except for drug stores (+0.7%). Alberta retail sales have been advancing strongly since the spring of 1999, after remaining flat at the start of that year and throughout 1998.

Consumers in Ontario increased spending in stores (+7.2%) in 2000, a rate similar to the previous three years. Furniture stores (+13.4%) and stores in the automotive sector (+9.5%) posted by far the strongest gains. Despite this strength, sales in both the furniture and automotive sectors weakened in the last half of the year.

Prince Edward Island (+7.1%) and Newfoundland (+6.4%) posted strong retail sales increases in 2000. The annual growth rate of retail sales has been above the national average in the last six years in Prince Edward Island and for the last two years in Newfoundland.

Retail sales in the Northwest Territories (+6.8%) and Nunavut (+6.4%) advanced at a similar rate in 2000. Part of this strength in retail sales could be explained by a strong local economy and

Les ventes des magasins d'alimentation ont augmenté de 4,0 % en 2000, une hausse qui est presque deux fois plus importante que la progression de 2,1 % observée en 1999. Les magasins d'alimentation ont généralement vu leurs ventes augmenter depuis le début de 1996. Dans le cas des pharmacies, la progression de ventes a été plus faible en 2000 (+2,1 %) qu'en 1999 (+3,0 %). Les ventes des pharmacies augmentent depuis le début du printemps 2000, après une brève période de reculs qui avait commencé au cours de l'automne 1999.

### Ventes au détail par secteur

	1999	2000	1999 à 2000
	millions de \$		var. en %
Meubles	13 654	15 122	10,7
Véhicules automobiles	102 315	111 176	8,7
<b>Total des ventes au détail</b>	<b>260 691</b>	<b>277 151</b>	<b>6,3</b>
Vêtements	14 334	15 116	5,5
Magasins de détail non classés ailleurs	28 174	29 594	5,0
Magasins de marchandises diverses	29 990	31 306	4,4
Aliments	58 889	61 217	4,0
Pharmacies	13 335	13 620	2,1

### L'Alberta occupe le premier rang en 2000

La hausse des ventes au détail a été supérieure à la moyenne nationale en Alberta, en Ontario, à l'Île-du-Prince-Édouard, dans les Territoires du Nord-Ouest, à Terre-Neuve et au Nunavut.

L'Alberta, qui mène le classement des provinces et des territoires en 2000, a affiché la deuxième plus importante progression annuelle de ses ventes au détail des dix dernières années. En 2000, les ventes au détail ont crû de 8,9 % en Alberta; cette hausse annuelle n'a été excédée qu'en 1997 (+13,2 %). Les dépenses des consommateurs ont été particulièrement importantes dans les secteurs du meuble et de l'automobile, où l'on a enregistré une progression des ventes de plus de 12 %. Tous les autres secteurs ont enregistré une augmentation annuelle de leurs ventes d'au moins 6 %, à l'exception des pharmacies (+0,7 %). En Alberta, les ventes au détail ont beaucoup progressé depuis le printemps 1999, après avoir stagné au début de la même année et tout au long de 1998.

En Ontario, les consommateurs ont augmenté de 7,2 % leurs dépenses dans les magasins de la vente au détail en 2000; une hausse semblable à celles que l'on a observées au cours des trois années précédentes. Les magasins de meubles (+13,4 %) et les magasins du secteur de l'automobile (+9,5 %) ont affiché de loin les progressions les plus fortes. Malgré cette vigueur, tant le secteur du meuble que celui de l'automobile ont vu leurs ventes faiblir au cours de la deuxième moitié de l'année.

L'Île-du-Prince-Édouard (+7,1 %) et Terre-Neuve (+6,4 %) ont enregistré de fortes augmentations des ventes au détail en 2000. Dans le cas de l'Île-du-Prince-Édouard, le taux de croissance annuel des ventes au détail a été supérieur à la moyenne nationale au cours des six dernières années, tandis que Terre-Neuve a excédé cette moyenne au cours des deux dernières années.

Dans les Territoires du Nord-Ouest (+6,8 %) et au Nunavut (+6,4 %), les ventes au détail ont progressé à un rythme similaire en 2000. Cette vigueur des ventes au détail pourrait s'expliquer en partie par la

population growth. Population gains in 2000 were twice the national average in the Northwest Territories (+1.9%) and three times in Nunavut (+2.8%). Retailers in these territories have enjoyed strong sales gains since the summer of 1998.

In 2000, strong sales in the automotive sector (+10.7%) pushed up total retail sales in British Columbia (+6.2%) at a rate slightly below the national average. Retailers in the automotive sector came back strong in 2000, after essentially unchanged sales in 1999. Overall in 2000, retailers in British Columbia saw their strongest annual sales gain since the 7.0% increase in 1995. Sales in British Columbia have generally been increasing since the fall of 1998 after a period of declines in the rest of that year.

Quebec retailers posted a 4.6% annual sales gain in 2000. Sales in furniture stores (+9.9%) advanced at about the same rate as in other provinces. However, retailers in the automotive sector (+6.3%) saw lower sales increases than their counterparts in most other provinces. Retail sales in Quebec have weakened in recent months, after rising strongly in June and July. Retailers in Quebec experienced a period of volatility at the start of 2000, after enjoying a year and a half of rising sales.

#### Retail sales by province and territory

	1999	2000	1999 to 2000
	\$ millions		% change
Alberta	29,324	31,923	8.9
Ontario	99,150	106,312	7.2
Prince Edward Island	1,157	1,238	7.1
Northwest Territories	371	396	6.8
Newfoundland	4,223	4,495	6.4
Nunavut	174	185	6.4
<b>Canada</b>	<b>260,691</b>	<b>277,151</b>	<b>6.3</b>
British Columbia	33,672	35,755	6.2
Saskatchewan	7,735	8,110	4.9
Quebec	60,766	63,574	4.6
New Brunswick	6,608	6,910	4.6
Yukon	329	344	4.4
Nova Scotia	8,160	8,506	4.3
Manitoba	9,023	9,404	4.2

#### Related indicators for January 2001

In January, both total employment and the number of new motor vehicles sold were essentially unchanged from December, and gasoline prices declined for a second consecutive month (-1.6%). The same month, the Bank Rate was reduced to 5.75% after remaining fixed at 6.0% for the previous eight months. Housing starts bounced back in January with an exceptional 20.1% increase after two months of declines.

force de l'économie locale et par la croissance démographique. La croissance démographique en 2000 a été deux fois supérieure à la moyenne nationale dans les Territoires du Nord-Ouest (+1,9 %) et trois fois plus élevée que cette moyenne au Nunavut (+2,8 %). Les détaillants de ces territoires bénéficient d'une forte croissance des ventes au détail depuis l'été 1998.

En 2000, de fortes ventes dans le secteur de l'automobile (+10,7 %) ont fait augmenter l'ensemble des ventes au détail en Colombie-Britannique (+6,2 %), mais à un rythme légèrement inférieur à la moyenne nationale. Les ventes des détaillants du secteur de l'automobile ont rebondi fortement en 2000, après être demeurées pratiquement inchangées au cours de 1999. Dans l'ensemble, les détaillants de la Colombie-Britannique ont enregistré en 2000 la plus forte progression de leurs ventes depuis l'augmentation de 7,0 % observée en 1995. En Colombie-Britannique, les ventes au détail progressent en général depuis l'automne 1998, après une période de reculs observée au cours du reste de l'année.

Au Québec, les détaillants ont affiché un taux de croissance annuel de leurs ventes de 4,6 % en 2000. Les ventes des magasins de meubles (+9,9 %) ont progressé à peu près au même rythme que dans les autres provinces. Cependant, les détaillants du secteur de l'automobile (+6,3 %) ont connu une plus faible augmentation de leurs ventes que leurs homologues de la plupart des autres provinces. Les ventes au détail ont ralenti au Québec ces derniers mois, après avoir fortement augmenté en juin et en juillet. Les détaillants du Québec ont démarré l'année 2000 avec des ventes instables, après avoir enregistré un an et demi de hausses générales.

#### Ventes au détail par province et territoire

	1999	2000	1999 à 2000
	millions de \$		var. en %
Alberta	29 324	31 923	8,9
Ontario	99 150	106 312	7,2
Île-du-Prince-Édouard	1 157	1 238	7,1
Territoires du Nord-Ouest	371	396	6,8
Terre-Neuve	4 223	4 495	6,4
Nunavut	174	185	6,4
<b>Canada</b>	<b>260 691</b>	<b>277 151</b>	<b>6,3</b>
Colombie-Britannique	33 672	35 755	6,2
Saskatchewan	7 735	8 110	4,9
Québec	60 766	63 574	4,6
Nouveau-Brunswick	6 608	6 910	4,6
Yukon	329	344	4,4
Nouvelle-Écosse	8 160	8 506	4,3
Manitoba	9 023	9 404	4,2

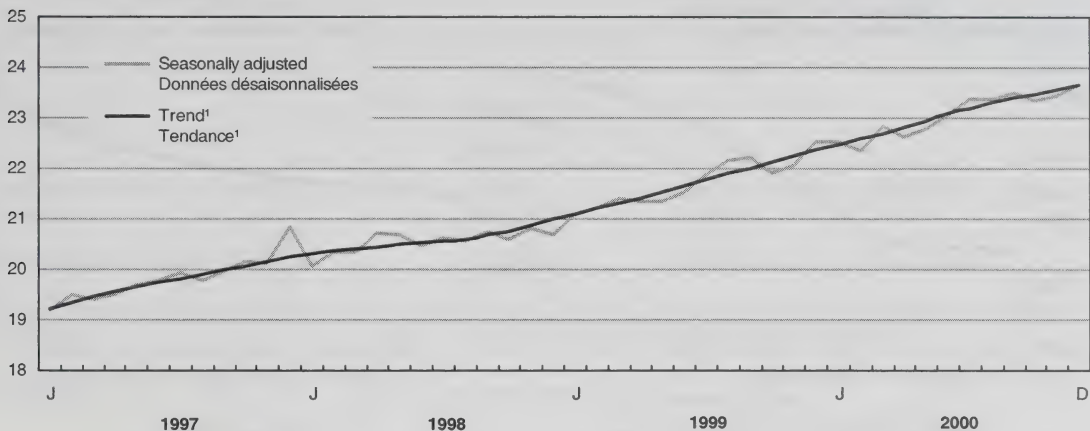
#### Indicateurs connexes pour janvier 2001

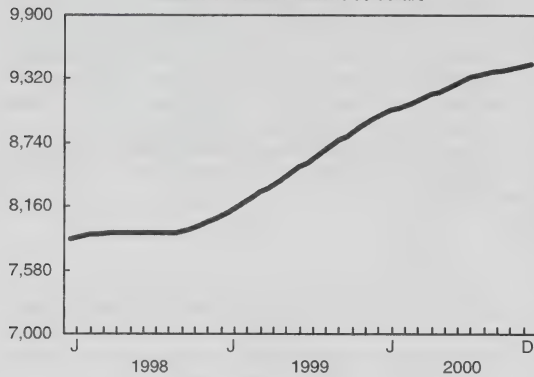
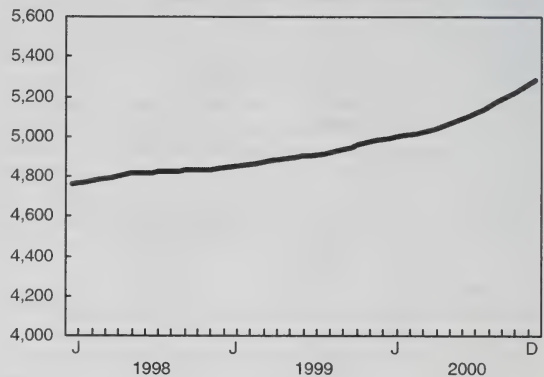
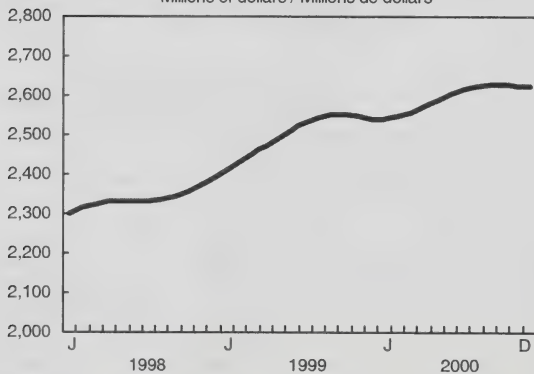
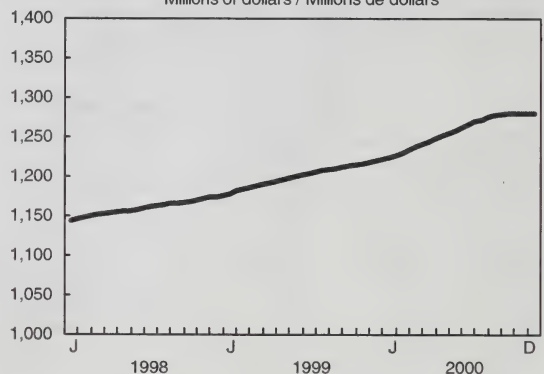
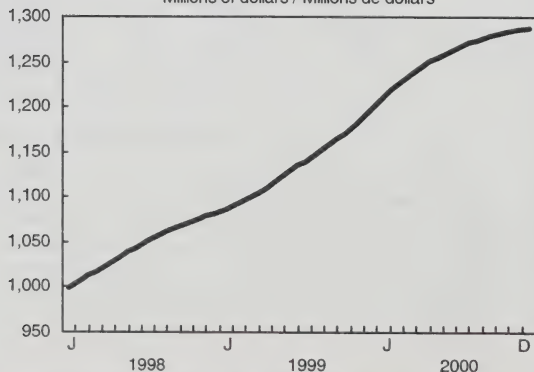
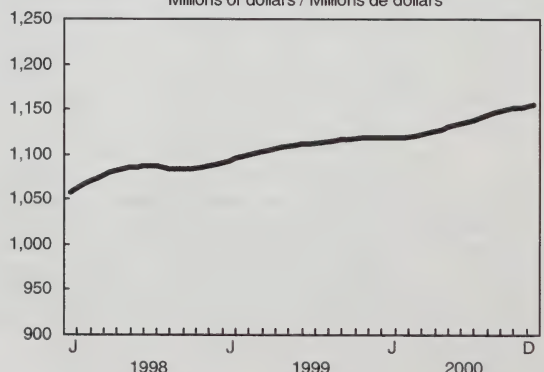
En janvier, tant l'emploi total que le nombre de véhicules automobiles neufs vendus sont restés pratiquement inchangés par rapport à décembre. Le prix de l'essence a diminué pour un deuxième mois d'affilée (-1,6 %). Au cours du même mois, le taux d'escompte a été abaissé à 5,75 %, à la suite d'une période de huit mois où il a été fixé à 6,0 %. Les mises en chantier ont rebondi en janvier, affichant une hausse exceptionnelle de 20,1 % après deux mois de reculs.

## Retail Sales – Canada

## Ventes au détail – Canada

\$ billions / milliards de \$



**Retail Sales Trends<sup>1</sup> – Canada,  
By Major Group**
**Tendances<sup>1</sup> des ventes au détail – Canada,  
par groupe principal**
**Automotive / Véhicules automobiles**  
 Millions of dollars / Millions de dollars

**Food / Aliments**  
 Millions of dollars / Millions de dollars

**General Merchandise / Marchandises diverses**  
 Millions of dollars / Millions de dollars

**Clothing / Vêtements**  
 Millions of dollars / Millions de dollars

**Furniture / Meubles**  
 Millions of dollars / Millions de dollars

**Drug / Pharmacies**  
 Millions of dollars / Millions de dollars

<sup>1</sup> Trend represents smoothed seasonally adjusted data.

<sup>1</sup> La tendance représente les données désaisonnalisées lissées.



**For Further Reading**

Selected Publications from Statistics Canada

**Lectures suggérées**

Choisies parmi les publications de Statistique Canada

Title	Catalogue	Titre
New Motor Vehicle Sales, Monthly, Bilingual	<b>63-007-XIB</b>	Ventes de véhicules automobiles neufs, mensuel, bilingue
Wholesale Trade, Monthly, Bilingual	<b>63-008-XIB</b>	Commerce de gros, mensuel, bilingue
Retail Chain and Department Stores, Annual, Bilingual	<b>63-210-XIB</b>	Magasins de détail à succursales et les grands magasins, annuel, bilingue
Wholesaling and Retailing Canada, Annual, Bilingual	<b>63-236-XIB</b>	Les commerces de gros et de détail au Canada, annuel, bilingue
Market Research Handbook, Annual, Bilingual	<b>63-224-XPB</b>	Recueil statistique des études de marché, annuel, bilingue

To order a publication you may telephone 1 (613) 951-7277 or use facsimile number 1 (613) 951-1584. For toll free in Canada only telephone 1 800 267-6677. When ordering by telephone or facsimile a written confirmation is not required.

Pour obtenir une publication veuillez téléphoner au 1 (613) 951-7277 ou utiliser le numéro du télécopieur 1 (613) 951-1584. Pour appeler sans frais, au Canada, composez le 1 800 267-6677. Il n'est pas nécessaire de nous faire parvenir une confirmation pour une commande faite par téléphone ou télécopieur.





**Statistical  
Tables**

---

---

**Tableaux  
statistiques**

---

---

Table 1

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Current Periods)**

	Sales					Change from previous month Variation par rapport au mois précédent	
	Ventes					December 2000 Décembre	November 2000 Novembre
	December 2000 Décembre	November 2000 Novembre	October 2000 Octobre	September 2000 Septembre	Year-to-date 2000 Cumulatif		
	Millions of dollars – Millions de dollars					Per cent – Pourcentage	
<b>Trade Group - Canada</b>							
Supermarkets and grocery stores	4,939.7	4,815.2	4,800.8	4,772.0	56,620.2	2.6	0.3
All other food stores	382.2	379.4	381.7	380.6	4,524.2	0.7	-0.6
Drugs and patent medicine stores	1,151.2	1,160.2	1,151.4	1,146.2	13,615.4	-0.8	0.8
Shoe stores	135.6	131.2	135.5	136.0	1,620.9	3.3	-3.2
Men's clothing stores	121.5	121.4	125.3	128.7	1,543.7	0.1	-3.1
Women's clothing stores	383.8	389.1	394.6	395.9	4,617.3	-1.4	-1.4
Other clothing stores	632.1	640.3	625.2	640.8	7,313.5	-1.3	2.4
Household furniture and appliance stores	1,046.2	1,035.1	1,035.7	1,045.0	12,291.1	1.1	-0.1
Household furnishings stores	242.4	252.6	247.4	243.6	2,847.2	-4.0	2.1
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	6,068.0	6,086.4	5,988.6	6,305.3	73,277.6	-0.3	1.6
Gasoline service stations	1,995.0	1,987.6	1,945.5	1,915.1	22,186.2	0.4	2.2
Automotive parts, accessories and services	1,374.7	1,326.6	1,329.6	1,301.8	15,682.4	3.6	-0.2
General merchandise stores	2,687.9	2,623.9	2,662.9	2,588.1	31,244.9	2.4	-1.5
Other semi-durable goods stores	721.0	721.2	736.6	737.0	8,746.7	0.0	-2.1
Other durable goods stores	640.4	640.0	632.0	629.5	7,434.9	0.1	1.3
Other retail stores	1,140.6	1,137.1	1,152.7	1,136.0	13,365.5	0.3	-1.4
<b>Total, all stores</b>	<b>23,662.2</b>	<b>23,447.1</b>	<b>23,345.5</b>	<b>23,501.6</b>	<b>276,931.9</b>	<b>0.9</b>	<b>0.4</b>
<b>Regions</b>							
Newfoundland	377.7	381.7	376.0	377.3	4,491.7	-1.1	1.5
Prince Edward Island	105.9	103.6	102.1	104.7	1,240.1	2.2	1.5
Nova Scotia	735.9	721.3	704.2	715.8	8,502.7	2.0	2.4
New Brunswick	581.9	584.8	572.2	582.3	6,917.4	-0.5	2.2
Quebec	5,401.3	5,287.6	5,372.3	5,384.5	63,486.2	2.1	-1.6
Ontario	9,070.3	9,024.8	9,004.5	9,060.6	106,245.8	0.5	0.2
Manitoba	790.4	788.0	783.6	787.7	9,394.5	0.3	0.6
Saskatchewan	674.9	678.0	669.1	681.0	8,110.3	-0.4	1.3
Alberta	2,733.9	2,722.6	2,681.9	2,707.6	31,905.4	0.4	1.5
British Columbia	3,108.0	3,076.3	3,000.1	3,023.0	35,713.8	1.0	2.5
Yukon	30.2	28.5	29.0	28.1	344.1	5.9	-1.6
Northwest Territories	36.4	33.9	34.0	33.0	395.3	7.6	-0.4
Nunavut	15.3	16.0	16.5	15.9	184.6	-4.2	-3.0

Tableau 1

Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(périodes courantes)

Change from previous month Variation par rapport au mois précédent		Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente				
October 2000 Octobre	September 2000 Septembre	December 2000 Décembre	November 2000 Novembre	October 2000 Octobre	September 2000 Septembre	Year-to-date 2000 Cumulatif
Per cent – Pourcentage						
<b>Groupe de commerce - Canada</b>						
0.6	0.3	5.9	5.3	5.7	4.9	3.9
0.3	-0.2	2.1	2.2	3.9	3.8	3.1
0.4	0.9	3.0	2.6	3.1	2.6	2.1
-0.4	3.2	-0.7	2.5	-1.4	5.1	-0.3
-2.7	-2.3	-5.0	-6.0	-4.6	1.9	0.5
-0.3	3.5	0.9	1.6	3.9	9.5	2.5
-2.4	5.3	12.4	14.8	10.2	15.9	9.7
-0.9	2.0	7.8	9.5	6.1	11.1	10.9
1.6	2.1	9.1	10.0	10.4	13.0	10.7
-5.0	-0.1	-0.6	3.6	5.9	3.9	5.6
1.6	4.5	18.0	22.0	20.8	20.9	23.3
2.1	-2.4	4.8	4.0	6.4	3.4	5.0
2.9	-0.9	8.3	7.3	3.2	0.4	4.2
0.0	-0.3	5.3	1.6	3.3	4.0	3.0
0.4	-0.2	7.4	8.8	6.4	7.0	5.3
1.5	0.4	4.7	5.5	8.0	7.4	5.9
-0.7	0.5	5.1	6.3	6.5	5.8	6.2
<b>Total, ensemble des magasins</b>						
<b>Régions</b>						
-0.3	-0.7	4.9	6.4	6.2	5.2	6.4
-2.5	0.2	4.1	3.5	2.7	3.9	7.2
-1.6	0.5	4.4	4.2	2.3	3.9	4.2
-1.7	-0.1	1.9	4.2	3.0	4.0	4.7
-0.2	0.4	3.9	3.6	6.2	5.1	4.5
-0.6	0.7	6.1	7.1	7.3	7.1	7.2
-0.5	-0.7	1.6	4.3	6.1	1.6	4.1
-1.7	-0.5	0.2	3.1	5.9	3.6	4.9
-1.0	0.9	6.1	8.8	7.4	5.9	8.8
-0.8	0.6	6.1	9.0	6.2	6.0	6.1
3.0	-0.4	6.0	3.7	9.7	0.1	4.5
2.9	1.1	10.9	8.4	6.8	4.9	6.5
3.4	3.3	5.6	8.2	13.5	7.5	6.4

Table 2

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Current Periods)**

	Sales Ventes				
	December 2000 Décembre	November 2000 Novembre	October 2000 Octobre	September 2000 Septembre	Year-to-date 2000 Cumulatif
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Trade Group - Canada</b>					
Supermarkets and grocery stores	5,385.3	4,654.1	4,567.8	4,906.2	56,687.9
All other food stores	485.2	363.8	364.8	374.5	4,529.2
Drugs and patent medicine stores	1,423.4	1,163.8	1,143.1	1,120.8	13,619.7
Shoe stores	180.2	143.9	146.3	151.2	1,619.4
Men's clothing stores	245.1	147.9	126.8	125.5	1,538.2
Women's clothing stores	620.4	421.1	401.6	431.7	4,625.0
Other clothing stores	1,069.8	716.3	654.1	693.8	7,333.6
Household furniture and appliance stores	1,560.7	1,126.4	1,055.5	1,101.0	12,273.6
Household furnishings stores	298.4	292.9	259.7	249.7	2,848.0
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,037.1	5,660.3	5,666.2	6,435.1	73,318.6
Gasoline service stations	1,970.6	1,973.5	1,997.9	1,955.4	22,172.5
Automotive parts, accessories and services	1,496.0	1,494.8	1,334.6	1,267.3	15,685.1
General merchandise stores	4,425.7	3,160.7	2,696.2	2,508.2	31,306.1
Other semi-durable goods stores	1,090.8	775.6	706.6	753.5	8,755.8
Other durable goods stores	1,191.0	626.1	548.2	609.9	7,459.8
Other retail stores	1,615.1	1,090.1	1,096.2	1,171.8	13,378.5
<b>Total, all stores</b>	<b>28,094.8</b>	<b>23,811.3</b>	<b>22,765.6</b>	<b>23,855.6</b>	<b>277,151.1</b>
<b>Regions</b>					
Newfoundland	447.1	401.5	362.6	379.5	4,494.5
Prince Edward Island	125.1	101.1	97.1	106.9	1,238.3
Nova Scotia	885.4	737.0	678.4	715.4	8,506.4
New Brunswick	687.0	594.4	556.8	592.3	6,910.2
Quebec	6,007.8	5,302.8	5,260.2	5,435.0	63,574.1
Ontario	11,017.9	9,336.9	8,738.7	9,264.9	106,311.6
Manitoba	966.2	797.2	769.1	804.2	9,403.6
Saskatchewan	814.2	691.0	675.3	690.0	8,110.4
Alberta	3,312.5	2,761.1	2,639.4	2,743.5	31,922.9
British Columbia	3,738.7	3,015.8	2,911.7	3,046.9	35,754.6
Yukon	32.6	25.6	27.1	28.9	343.7
Northwest Territories	41.9	31.6	32.2	32.9	396.2
Nunavut	18.4	15.2	16.9	15.4	184.6



Tableau 2

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(périodes courantes)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					
December 2000 Décembre	November 2000 Novembre	October 2000 Octobre	September 2000 Septembre	Year-to-date 2000 Cumulatif	
Per cent – Pourcentage					
<b>Groupe de commerce - Canada</b>					
6.1	8.1	-1.2	8.0	4.0	Supermarchés d'alimentation et épiceries
2.6	4.4	-0.4	4.8	3.2	Tous les autres magasins d'alimentation
0.5	4.2	2.5	2.8	2.1	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
1.2	2.7	-6.9	8.6	-0.4	Magasins de chaussures
-6.1	-5.3	-7.0	5.8	0.1	Magasins de vêtements pour hommes
1.3	2.5	0.5	15.4	2.7	Magasins de vêtements pour femmes
10.4	15.9	6.5	18.6	10.0	Autres magasins de vêtements
7.3	7.7	4.4	14.7	10.8	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
5.9	12.4	11.5	13.7	10.7	Magasins d'accessoires d'ameublement
-6.2	2.7	4.4	4.4	5.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
16.0	24.8	21.2	20.5	23.2	Stations-service
2.4	4.7	6.0	1.7	5.0	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
6.7	6.7	0.5	0.4	4.4	Magasins de marchandises diverses
2.5	1.7	2.5	4.6	3.1	Autres magasins de produits semi-durables
5.6	12.4	2.7	6.3	5.7	Autres magasins de produits durables
3.6	8.3	3.0	11.5	6.0	Autres magasins de vente au détail
<b>3.5</b>	<b>7.2</b>	<b>3.7</b>	<b>7.2</b>	<b>6.3</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Régions</b>					
2.6	6.6	2.8	7.0	6.4	Terre-Neuve
3.2	3.5	0.0	5.0	7.1	Île-du-Prince-Édouard
3.2	4.0	-0.9	5.1	4.3	Nouvelle-Écosse
0.6	4.4	-0.7	5.9	4.6	Nouveau-Brunswick
2.1	5.2	3.5	5.4	4.6	Québec
3.9	8.2	4.4	8.7	7.2	Ontario
0.3	4.9	1.8	3.8	4.2	Manitoba
-0.7	3.6	1.9	5.9	4.9	Saskatchewan
4.6	9.0	4.8	8.4	8.9	Alberta
6.1	9.4	3.6	6.8	6.2	Colombie-Britannique
4.1	2.5	8.1	-0.5	4.4	Yukon
11.9	10.9	3.2	3.7	6.8	Territoires du Nord Ouest
6.3	7.3	14.2	7.6	6.4	Nunavut

Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter IV 2000 Trimestre IV	Quarter III 2000 Trimestre III	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Canada</b>					
Supermarkets and grocery stores	14,607.1	14,732.8	14,240.9	13,107.1	14,006.9
All other food stores	1,213.8	1,152.9	1,154.1	1,008.4	1,187.7
Drugs and patent medicine stores	3,730.4	3,353.6	3,320.4	3,215.3	3,647.6
Shoe stores	470.4	414.9	428.8	305.4	475.3
Men's clothing stores	519.8	354.2	379.5	284.7	553.4
Women's clothing stores	1,443.0	1,158.5	1,151.5	872.0	1,423.0
Other clothing stores	2,440.3	1,912.1	1,648.8	1,332.3	2,201.2
Household furniture and appliance stores	3,742.6	3,162.9	2,834.8	2,533.3	3,511.1
Household furnishings stores	851.0	743.4	682.2	571.4	775.6
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	16,363.6	19,545.9	21,306.9	16,102.2	16,310.7
Gasoline service stations	5,942.0	5,954.9	5,424.4	4,851.2	4,927.6
Automotive parts, accessories and services	4,325.4	4,025.6	4,096.1	3,238.0	4,148.3
General merchandise stores	10,282.7	7,557.8	7,427.0	6,038.7	9,791.5
Other semi-durable goods stores	2,573.0	2,327.9	2,243.4	1,611.5	2,516.1
Other durable goods stores	2,365.2	1,903.1	1,751.9	1,439.7	2,218.6
Other retail stores	3,801.4	3,622.2	3,328.2	2,626.8	3,629.0
<b>Total, all stores</b>	<b>74,671.7</b>	<b>71,922.6</b>	<b>71,418.9</b>	<b>59,137.9</b>	<b>71,323.6</b>
<b>Newfoundland</b>					
Supermarkets and grocery stores	292.5	296.1	281.8	257.4	276.3
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	70.0	61.0	59.7	58.5	68.0
Shoe stores	3.6	3.7	3.4	2.5	4.6
Men's clothing stores	5.2	3.0	2.9	2.0	7.6
Women's clothing stores	21.8	14.1	12.5	8.6	21.8
Other clothing stores	30.1	18.5	14.3	11.2	27.0
Household furniture and appliance stores	50.8	36.0	33.5	26.7	46.9
Household furnishings stores	3.4	2.7	2.4	1.6	2.6
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	218.1	313.4	373.7	245.0	214.2
Gasoline service stations	108.6	120.7	102.6	86.4	95.6
Automotive parts, accessories and services	71.0	58.9	60.3	44.6	68.0
General merchandise stores	229.4	156.0	145.7	114.0	221.9
Other semi-durable goods stores	28.6	27.7	24.3	14.2	29.9
Other durable goods stores	22.5	15.9	13.4	9.3	20.1
Other retail stores	46.8	41.8	38.4	31.7	47.2
<b>Total, all stores</b>	<b>1,211.2</b>	<b>1,180.5</b>	<b>1,178.7</b>	<b>924.1</b>	<b>1,165.0</b>

Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year  
Variation par rapport à l'année précédente

Quarter IV 2000 Trimestre IV	Quarter III 2000 Trimestre III	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Groupe de commerce
Per cent – Pourcentage					
<b>Canada</b>					
4.3	5.0	3.8	3.0	3.1	Supermarchés d'alimentation et épiceries
2.2	4.7	3.4	2.5	3.3	Tous les autres magasins d'alimentation
2.3	2.3	2.5	1.5	4.3	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-1.0	2.4	-4.2	2.6	-1.3	Magasins de chaussures
-6.1	3.2	3.8	3.9	-1.3	Magasins de vêtements pour hommes
1.4	4.8	1.0	4.2	4.6	Magasins de vêtements pour femmes
10.9	11.5	7.2	9.8	5.4	Autres magasins de vêtements
6.6	11.1	12.9	14.5	11.3	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
9.7	11.4	10.4	11.8	7.8	Magasins d'accessoires d'ameublement
0.3	6.5	7.3	8.3	9.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
20.6	19.4	22.6	32.4	23.5	Stations-service
4.3	5.9	3.3	7.1	5.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
5.0	2.2	4.3	6.4	5.0	Magasins de marchandises diverses
2.3	4.3	2.0	4.4	0.3	Autres magasins de produits semi-durables
6.6	6.4	3.9	5.4	3.1	Autres magasins de produits durables
4.8	7.4	5.5	6.6	9.7	Autres magasins de vente au détail
<b>4.7</b>	<b>6.7</b>	<b>6.4</b>	<b>7.9</b>	<b>7.0</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Terre-Neuve</b>					
5.9	3.9	0.2	1.1	-1.0	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
2.9	4.1	0.8	3.4	2.7	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-21.7	-5.1	-5.6	-	-	Magasins de chaussures
-31.6	-16.7	-21.6	-25.9	-3.8	Magasins de vêtements pour hommes
-	3.7	-6.7	-6.5	1.9	Magasins de vêtements pour femmes
11.5	10.1	11.7	4.7	9.3	Autres magasins de vêtements
8.3	5.0	13.9	10.3	7.3	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
30.8	12.5	26.3	6.7	-7.1	Magasins d'accessoires d'ameublement
1.8	11.6	15.4	19.1	20.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
13.6	15.3	11.6	11.2	4.5	Stations-service
4.4	8.7	5.6	8.8	10.2	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
3.4	3.1	6.6	3.4	5.7	Magasins de marchandises diverses
-4.3	18.4	8.0	-1.4	4.9	Autres magasins de produits semi-durables
11.9	21.4	22.9	25.7	14.9	Autres magasins de produits durables
-0.8	3.0	5.5	3.3	9.0	Autres magasins de vente au détail
<b>4.0</b>	<b>7.3</b>	<b>7.3</b>	<b>7.5</b>	<b>6.6</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter IV 2000 Trimestre IV	Quarter III 2000 Trimestre III	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Prince Edward Island</b>					
Supermarkets and grocery stores	81.0	85.7	76.0	68.5	74.4
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	20.8	19.9	18.8	16.8	19.6
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	x	x	x	x	x
Other clothing stores	10.2	11.1	6.4	4.5	10.1
Household furniture and appliance stores	12.7	9.8	8.2	6.7	9.9
Household furnishings store	4.7	4.5	4.2	2.9	5.3
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	48.7	63.9	77.4	48.6	56.7
Gasoline service stations	39.7	49.2	37.6	30.8	34.1
Automotive parts, accessories and services	22.1	21.0	21.4	14.1	20.4
General merchandise stores	36.6	28.7	26.3	18.8	37.2
Other semi-durable goods stores	11.9	18.8	12.3	8.2	12.8
Other durable goods stores	7.3	6.6	5.2	3.5	7.3
Other retail stores	13.9	18.7	15.4	9.8	13.7
<b>Total, all stores</b>	<b>323.3</b>	<b>352.8</b>	<b>321.2</b>	<b>241.0</b>	<b>316.1</b>
<b>Nova Scotia</b>					
Supermarkets and grocery stores	536.0	545.9	520.6	488.5	516.5
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patient medicine stores	150.2	133.5	129.3	127.2	147.7
Shoe stores	5.5	5.5	5.4	4.3	7.8
Men's clothing stores	7.2	4.5	5.0	3.3	8.4
Women's clothing stores	40.1	29.8	28.8	20.9	41.5
Other clothing stores	63.2	44.9	35.4	28.2	59.6
Household furniture and appliance stores	86.6	66.1	61.8	58.2	84.3
Household furnishings store	16.7	12.0	11.7	8.7	15.6
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	426.2	536.7	608.9	450.1	426.4
Gasoline service stations	221.5	234.8	201.0	168.8	191.9
Automotive parts, accessories and services	126.3	114.0	119.8	89.2	129.1
General merchandise stores	329.9	221.9	217.3	170.8	330.8
Other semi-durable goods stores	84.0	73.8	68.7	45.8	86.3
Other durable goods stores	59.2	45.4	40.7	33.8	60.8
Other retail stores	126.8	127.1	113.4	82.8	121.8
<b>Total, all stores</b>	<b>2,300.8</b>	<b>2,219.0</b>	<b>2,189.8</b>	<b>1,796.8</b>	<b>2,251.4</b>

Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter IV 2000 Trimestre IV	Quarter III 2000 Trimestre III	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	
Per cent – Pourcentage					
<b>Île-du-Prince-Édouard</b>					
8.9	5.7	3.1	7.0	14.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
6.1	9.3	9.3	1.8	-	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour femmes
1.0	14.4	3.2	-2.2	4.1	Autres magasins de vêtements
28.3	24.1	10.8	3.1	12.5	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
-11.3	-8.2	7.7	-3.3	15.2	Magasins d'accessoires d'ameublement
-14.1	2.7	17.1	13.0	27.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
16.4	17.1	20.5	33.3	25.8	Stations-service
8.3	8.2	3.9	7.6	6.8	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
-1.6	0.3	16.4	16.8	17.7	Magasins de marchandises diverses
-7.0	3.3	-3.1	10.8	2.4	Autres magasins de produits semi-durables
-	-4.3	4.0	16.7	19.7	Autres magasins de produits durables
1.5	6.3	14.9	11.4	1.5	Autres magasins de vente au détail
<b>2.3</b>	<b>6.3</b>	<b>10.0</b>	<b>11.2</b>	<b>14.4</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Nouvelle-Écosse</b>					
3.8	5.9	4.9	5.1	5.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
1.7	1.5	2.5	1.7	5.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-29.5	-19.1	-20.6	-8.5	-	Magasins de chaussures
-14.3	-4.3	4.2	-5.7	3.7	Magasins de vêtements pour hommes
-3.4	2.1	-10.0	-11.4	-7.2	Magasins de vêtements pour femmes
6.0	8.7	11.0	8.9	7.6	Autres magasins de vêtements
2.7	6.4	20.0	25.7	23.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
7.1	-22.6	-17.0	-23.0	2.6	Magasins d'accessoires d'ameublement
0.0	5.2	1.2	3.5	-1.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
15.4	16.1	10.7	24.5	27.6	Stations-service
-2.2	2.1	6.3	6.6	3.8	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
-0.3	0.7	4.2	3.6	6.2	Magasins de marchandises diverses
-2.7	6.3	13.9	2.9	9.2	Autres magasins de produits semi-durables
-2.6	1.3	4.6	8.3	5.9	Autres magasins de produits durables
4.1	5.7	4.8	2.5	7.8	Autres magasins de vente au détail
<b>2.2</b>	<b>5.2</b>	<b>4.3</b>	<b>5.7</b>	<b>6.3</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter IV 2000 Trimestre IV	Quarter III 2000 Trimestre III	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>New Brunswick</b>					
Supermarkets and grocery stores	445.6	454.8	425.9	393.8	428.7
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	96.3	86.9	86.5	86.3	97.4
Shoe stores	6.1	6.1	5.9	4.3	7.4
Men's clothing stores	9.9	6.5	6.2	4.4	10.4
Women's clothing stores	28.5	20.7	20.6	15.1	30.5
Other clothing stores	51.9	38.4	30.9	23.5	47.9
Household furniture and appliance stores	73.8	53.2	46.4	40.8	63.9
Household furnishings stores	16.5	14.9	14.6	11.0	17.7
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	363.1	474.7	559.4	380.3	383.8
Gasoline service stations	172.8	191.2	170.2	142.0	159.1
Automotive parts, accessories and services	117.9	102.3	105.9	79.3	113.8
General merchandise stores	262.5	181.2	176.0	138.5	262.3
Other semi-durable goods stores	63.3	58.4	54.7	38.2	57.6
Other durable goods stores	43.8	31.4	26.9	20.9	42.1
Other retail stores	76.7	82.0	72.7	53.4	78.0
<b>Total, all stores</b>	<b>1,838.2</b>	<b>1,815.4</b>	<b>1,816.0</b>	<b>1,440.6</b>	<b>1,813.2</b>
<b>Quebec</b>					
Supermarkets and grocery stores	3,681.4	3,746.2	3,628.2	3,372.3	3,599.9
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	754.9	699.8	714.1	702.4	749.3
Shoe stores	167.6	135.4	146.8	92.1	170.7
Men's clothing stores	109.0	73.4	82.8	55.2	111.0
Women's clothing stores	362.6	311.0	322.6	225.5	371.6
Other clothing stores	555.3	499.4	456.2	332.6	517.1
Household furniture and appliance stores	945.1	877.3	780.2	624.0	891.4
Household furnishings stores	136.2	133.3	127.6	98.1	139.7
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	3,753.0	4,743.7	5,121.1	3,784.8	3,726.0
Gasoline service stations	1,293.8	1,233.8	1,145.1	1,057.4	1,058.9
Automotive parts, accessories and services	1,049.3	924.8	1,011.7	778.6	1,042.6
General merchandise stores	1,886.4	1,462.9	1,487.9	1,188.0	1,818.5
Other semi-durable goods stores	444.6	460.8	464.6	308.9	444.9
Other durable goods stores	445.5	382.1	377.7	301.9	425.7
Other retail stores	631.5	550.2	546.5	398.2	592.9
<b>Total, all stores</b>	<b>16,570.9</b>	<b>16,592.6</b>	<b>16,776.3</b>	<b>13,634.4</b>	<b>16,007.3</b>

Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter IV 2000 Trimestre IV	Quarter III 2000 Trimestre III	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	
Per cent – Pourcentage					
<b>Nouveau-Brunswick</b>					
3.9	7.4	7.5	9.7	9.4	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
-1.1	2.0	4.5	9.8	6.4	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-17.6	-9.0	-10.6	4.9	-	Magasins de chaussures
-4.8	4.8	5.1	-8.3	-8.8	Magasins de vêtements pour hommes
-6.6	-0.5	-2.4	4.9	6.6	Magasins de vêtements pour femmes
8.4	13.6	12.4	8.8	8.4	Autres magasins de vêtements
15.5	8.8	15.7	10.0	10.0	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
-6.8	2.8	18.7	18.3	21.2	Magasins d'accessoires d'ameublement
-5.4	-1.9	-0.2	4.7	27.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
8.6	13.3	19.7	18.3	15.5	Stations-service
3.6	5.6	8.7	18.7	5.0	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
0.1	1.1	5.1	7.1	6.5	Magasins de marchandises diverses
9.9	13.0	8.7	2.1	2.7	Autres magasins de produits semi-durables
4.0	8.7	5.9	12.4	10.5	Autres magasins de produits durables
-1.7	3.1	6.9	7.4	8.6	Autres magasins de vente au détail
<b>1.4</b>	<b>4.0</b>	<b>5.5</b>	<b>8.6</b>	<b>11.8</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Québec</b>					
2.3	2.2	0.4	0.6	2.7	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
0.7	2.8	5.6	4.3	2.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-1.8	1.2	-5.4	3.8	0.4	Magasins de chaussures
-1.8	2.9	-4.5	-9.7	-8.2	Magasins de vêtements pour hommes
-2.4	5.0	1.2	2.7	4.2	Magasins de vêtements pour femmes
7.4	13.4	6.4	9.8	5.0	Autres magasins de vêtements
6.0	13.3	11.8	14.8	11.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
-2.5	8.3	2.7	4.7	2.9	Magasins d'accessoires d'ameublement
0.7	5.9	0.9	5.2	5.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
22.2	20.3	25.6	35.7	28.7	Stations-service
0.6	-0.2	0.0	7.2	6.6	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
3.7	2.3	2.8	5.9	4.4	Magasins de marchandises diverses
-0.1	2.7	0.9	3.0	-6.9	Autres magasins de produits semi-durables
4.7	5.0	1.9	3.4	-0.4	Autres magasins de produits durables
6.5	9.4	5.3	5.5	15.4	Autres magasins de vente au détail
<b>3.5</b>	<b>5.8</b>	<b>3.3</b>	<b>6.2</b>	<b>5.7</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter IV 2000 Trimestre IV	Quarter III 2000 Trimestre III	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Ontario</b>					
Supermarkets and grocery stores	4,622.2	4,636.2	4,542.6	4,118.3	4,371.1
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	1,529.6	1,373.5	1,368.4	1,309.5	1,494.5
Shoe stores	179.0	158.4	162.0	119.5	173.5
Men's clothing stores	235.2	160.9	169.1	129.2	248.1
Women's clothing stores	610.9	464.3	465.8	359.6	590.7
Other clothing stores	1,009.7	727.0	622.2	521.1	895.0
Household furniture and appliance stores	1,348.6	1,173.0	1,043.7	955.8	1,283.3
Household furnishings stores	395.4	338.4	302.5	254.6	341.6
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	6,452.7	7,636.6	8,315.9	6,201.8	6,541.9
Gasoline service stations	2,329.3	2,233.1	2,102.9	1,902.4	1,878.4
Automotive parts, accessories and services	1,670.1	1,580.0	1,574.6	1,258.4	1,603.4
General merchandise stores	4,239.3	3,028.4	2,963.2	2,385.4	3,956.7
Other semi-durable goods stores	1,199.6	1,059.1	986.7	725.4	1,158.3
Other durable goods stores	1,002.0	772.2	696.6	571.1	918.9
Other retail stores	1,702.4	1,643.3	1,468.7	1,159.2	1,606.0
<b>Total, all stores</b>	<b>29,093.5</b>	<b>27,496.4</b>	<b>27,302.5</b>	<b>22,419.2</b>	<b>27,604.6</b>
<b>Manitoba</b>					
Supermarkets and grocery stores	584.2	577.2	571.6	527.8	559.0
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	82.5	76.3	72.8	72.5	80.9
Shoe stores	13.2	11.2	11.5	8.9	13.4
Men's clothing stores	16.4	11.0	11.8	7.9	17.1
Women's clothing stores	37.3	31.7	30.0	22.4	36.5
Other clothing stores	64.9	51.3	45.2	39.2	66.8
Household furniture and appliance stores	116.7	91.0	86.9	76.7	106.5
Household furnishings stores	19.8	18.4	17.1	15.1	18.0
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	589.1	685.6	708.0	592.0	618.6
Gasoline service stations	224.3	223.0	206.4	180.4	184.6
Automotive parts, accessories and services	125.0	120.4	122.3	95.7	123.0
General merchandise stores	391.7	286.6	286.7	235.1	379.8
Other semi-durable goods stores	70.9	53.9	55.7	42.4	75.3
Other durable goods stores	66.8	56.0	54.0	44.4	66.4
Other retail stores	108.3	100.0	100.2	78.5	111.4
<b>Total, all stores</b>	<b>2,532.5</b>	<b>2,414.3</b>	<b>2,400.6</b>	<b>2,056.1</b>	<b>2,478.7</b>

Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter IV 2000 Trimestre IV	Quarter III 2000 Trimestre III	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	
Per cent – Pourcentage					
<b>Ontario</b>					
5.7	6.1	5.2	2.6	2.1	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
2.3	-0.4	-0.5	-1.4	3.0	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
3.2	4.8	-5.0	-0.3	-3.1	Magasins de chaussures
-5.2	5.9	7.6	12.3	3.2	Magasins de vêtements pour hommes
3.4	5.9	1.2	6.7	6.4	Magasins de vêtements pour femmes
12.8	11.6	6.1	10.4	8.2	Autres magasins de vêtements
5.1	12.4	15.3	19.1	14.5	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
15.7	19.1	18.2	20.8	11.1	Magasins d'accessoires d'ameublement
-1.4	6.0	9.2	9.5	14.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
24.0	22.6	28.1	37.6	25.1	Stations-service
4.2	8.4	3.3	7.3	6.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
7.1	2.9	5.0	7.2	5.7	Magasins de marchandises diverses
3.6	4.5	1.9	7.6	3.4	Autres magasins de produits semi-durables
9.0	7.8	3.6	7.4	4.2	Autres magasins de produits durables
6.0	8.3	6.3	7.9	10.0	Autres magasins de vente au détail
<b>5.4</b>	<b>7.2</b>	<b>7.7</b>	<b>9.1</b>	<b>8.6</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Manitoba</b>					
4.5	5.7	7.4	7.8	4.2	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
2.0	8.4	5.7	3.9	6.3	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-1.5	1.8	-6.5	-	-13.5	Magasins de chaussures
-4.1	5.8	3.5	-	0.6	Magasins de vêtements pour hommes
2.2	7.1	0.7	2.3	6.1	Magasins de vêtements pour femmes
-2.8	0.2	-0.2	4.8	-0.7	Autres magasins de vêtements
9.6	6.6	16.6	7.0	3.2	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
10.0	10.2	12.5	28.0	24.1	Magasins d'accessoires d'ameublement
-4.8	1.3	1.0	-1.1	-2.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
21.5	19.6	23.2	26.2	27.8	Stations-service
1.6	7.7	-1.4	-4.8	-0.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
3.1	0.6	2.8	5.1	1.9	Magasins de marchandises diverses
-5.8	-2.4	1.6	0.5	0.9	Autres magasins de produits semi-durables
0.6	2.4	-1.3	8.8	7.6	Autres magasins de produits durables
-2.8	-2.0	5.4	8.3	7.3	Autres magasins de vente au détail
<b>2.2</b>	<b>4.6</b>	<b>5.2</b>	<b>5.2</b>	<b>3.4</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter IV 2000 Trimestre IV	Quarter III 2000 Trimestre III	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Saskatchewan</b>					
Supermarkets and grocery stores	497.8	499.9	482.4	427.7	468.9
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	100.7	91.0	90.0	89.4	100.9
Shoe stores	6.1	5.2	5.8	5.1	6.3
Men's clothing stores	11.2	7.5	8.5	6.1	12.0
Women's clothing stores	29.1	24.3	25.1	20.4	31.2
Other clothing stores	58.5	46.0	41.3	33.7	58.3
Household furniture and appliance stores	89.5	67.5	65.6	61.5	89.0
Household furnishings stores	20.6	20.7	18.5	16.3	22.2
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	465.3	542.8	566.4	445.3	481.2
Gasoline service stations	183.9	196.5	179.8	162.1	174.3
Automotive parts, accessories and services	142.4	137.3	133.6	115.5	138.3
General merchandise stores	352.7	271.2	269.7	220.1	342.2
Other semi-durable goods stores	55.4	45.6	48.8	36.6	57.3
Other durable goods stores	68.5	50.6	47.1	39.4	66.2
Other retail stores	80.8	80.6	75.4	58.2	80.6
<b>Total, all stores</b>	<b>2,180.4</b>	<b>2,100.6</b>	<b>2,076.9</b>	<b>1,752.5</b>	<b>2,149.3</b>
<b>Alberta</b>					
Supermarkets and grocery stores	1,755.1	1,752.8	1,683.0	1,556.5	1,661.7
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	362.6	319.9	315.7	307.0	362.3
Shoe stores	35.9	35.2	36.9	27.8	37.6
Men's clothing stores	62.8	42.0	47.3	39.0	68.4
Women's clothing stores	137.0	114.9	110.5	89.1	131.3
Other clothing stores	286.5	231.8	186.4	153.6	243.9
Household furniture and appliance stores	508.1	381.3	344.4	334.1	461.2
Household furnishings store	107.9	89.0	80.5	66.7	85.3
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	2,022.7	2,281.7	2,531.1	1,934.7	2,032.9
Gasoline service stations	634.4	647.4	588.7	538.1	544.9
Automotive parts, accessories and services	500.6	480.6	468.5	348.3	437.7
General merchandise stores	1,193.9	882.7	843.8	699.8	1,109.8
Other semi-durable goods stores	283.0	229.7	222.6	169.0	266.0
Other durable goods stores	274.0	222.5	205.3	166.4	260.4
Other retail stores	498.6	472.6	439.8	367.2	466.5
<b>Total, all stores</b>	<b>8,713.0</b>	<b>8,228.7</b>	<b>8,145.6</b>	<b>6,835.5</b>	<b>8,220.2</b>



Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter IV 2000 Trimestre IV	Quarter III 2000 Trimestre III	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	
Per cent – Pourcentage					
<b>Saskatchewan</b>					
6.2	4.0	2.7	0.1	-0.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
-0.2	-3.2	-2.4	-4.1	-4.9	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-3.2	-3.7	-6.5	10.9	-3.1	Magasins de chaussures
-6.7	-1.3	3.7	-6.2	-7.7	Magasins de vêtements pour hommes
-6.7	-	-3.1	7.4	2.0	Magasins de vêtements pour femmes
0.3	3.1	5.1	8.4	4.7	Autres magasins de vêtements
0.6	9.6	14.1	11.2	9.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
-7.2	3.0	-2.1	5.2	7.8	Magasins d'accessoires d'ameublement
-3.3	8.6	6.7	8.8	4.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
5.5	8.6	17.1	27.4	26.5	Stations-service
3.0	5.5	3.8	12.5	-0.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
3.1	3.7	7.2	7.3	5.0	Magasins de marchandises diverses
-3.3	2.7	-1.8	2.8	0.5	Autres magasins de produits semi-durables
3.5	5.9	2.2	11.6	8.0	Autres magasins de produits durables
0.2	11.2	9.8	7.8	6.9	Autres magasins de vente au détail
<b>1.4</b>	<b>5.6</b>	<b>5.9</b>	<b>7.3</b>	<b>4.1</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Alberta</b>					
5.6	7.8	6.8	6.2	4.3	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
0.1	0.3	0.9	1.6	7.0	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-4.5	4.8	9.5	8.6	1.3	Magasins de chaussures
-8.2	-2.1	5.6	4.0	-5.4	Magasins de vêtements pour hommes
4.3	9.5	7.1	5.7	3.5	Magasins de vêtements pour femmes
17.5	14.8	12.2	7.8	-1.5	Autres magasins de vêtements
10.2	7.1	11.6	15.2	10.8	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
26.5	19.9	15.3	9.3	-0.4	Magasins d'accessoires d'ameublement
-0.5	10.4	18.8	13.6	14.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
16.4	15.8	19.8	33.4	25.1	Stations-service
14.4	12.9	8.5	5.4	1.0	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
7.6	4.9	6.3	7.0	4.8	Magasins de marchandises diverses
6.4	9.1	4.5	4.8	4.8	Autres magasins de produits semi-durables
5.2	3.2	4.3	3.5	1.7	Autres magasins de produits durables
6.9	8.0	5.2	7.1	7.2	Autres magasins de vente au détail
<b>6.0</b>	<b>8.8</b>	<b>11.0</b>	<b>10.1</b>	<b>7.9</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter IV 2000 Trimestre IV	Quarter III 2000 Trimestre III	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>British Columbia</b>					
Supermarkets and grocery stores	2,054.2	2,079.3	1,971.9	1,847.0	1,996.1
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	553.7	483.5	456.9	437.9	518.5
Shoe stores	51.8	52.4	49.6	39.9	52.2
Men's clothing stores	60.0	43.1	44.1	36.3	66.5
Women's clothing stores	168.9	141.3	130.5	107.0	160.9
Other clothing stores	305.7	240.0	207.2	182.2	272.2
Household furniture and appliance stores	505.3	403.1	359.7	344.9	469.2
Household furnishings stores	128.0	107.7	102.2	95.4	126.0
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	1,988.4	2,227.0	2,398.9	1,984.6	1,799.6
Gasoline service stations	720.5	807.9	675.6	567.3	591.8
Automotive parts, accessories and services	486.6	472.4	463.8	404.3	458.5
General merchandise stores	1,290.8	975.3	949.3	813.5	1,267.2
Other semi-durable goods stores	323.7	292.3	298.1	217.4	320.1
Other durable goods stores	369.0	314.2	278.9	245.0	344.5
Other retail stores	502.9	492.4	445.8	378.5	499.5
<b>Total, all stores</b>	<b>9,666.2</b>	<b>9,279.5</b>	<b>8,972.5</b>	<b>7,836.4</b>	<b>9,092.8</b>
<b>Yukon, Northwest Territories and Nunavut</b>					
Supermarkets and grocery stores	57.1	58.7	56.7	49.3	54.1
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	x
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	1.3	1.2	1.2	0.9	1.4
Other clothing stores	x	x	x	x	x
Household furniture and appliance stores	5.5	4.7	4.5	4.1	5.7
Household furnishings stores	1.7	1.6	1.1	1.0	1.4
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	x	x	x	x	x
Gasoline service stations	x	x	x	x	x
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	x
General merchandise stores	69.6	62.9	61.1	54.7	65.0
Other semi-durable goods stores	8.0	7.9	6.9	5.4	7.7
Other durable goods stores	6.6	6.3	6.2	4.0	6.2
Other retail stores	12.7	13.5	11.8	9.2	11.4
<b>Total, all stores</b>	<b>241.7</b>	<b>242.8</b>	<b>238.7</b>	<b>201.4</b>	<b>224.9</b>

Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter IV 2000 Trimestre IV	Quarter III 2000 Trimestre III	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	
Per cent – Pourcentage					
<b>Colombie-Britannique</b>					
2.9	4.6	3.0	3.2	3.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
6.8	11.1	8.3	5.1	10.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-0.8	3.4	-2.7	5.6	0.8	Magasins de chaussures
-9.8	4.1	7.6	8.4	2.2	Magasins de vêtements pour hommes
5.0	-0.2	0.4	2.3	3.9	Magasins de vêtements pour femmes
12.3	8.7	9.1	12.3	5.0	Autres magasins de vêtements
7.7	9.4	7.6	3.8	5.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
1.6	-2.5	1.0	2.8	7.0	Magasins d'accessoires d'ameublement
10.5	8.8	9.1	9.2	4.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
21.7	19.4	13.1	23.5	11.8	Stations-service
6.1	4.2	5.1	7.1	7.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
1.9	-2.1	1.4	4.8	3.8	Magasins de marchandises diverses
1.1	0.8	-1.0	-2.0	-6.5	Autres magasins de produits semi-durables
7.1	8.0	7.2	1.4	2.2	Autres magasins de produits durables
0.7	4.4	2.4	4.3	6.8	Autres magasins de vente au détail
<b>6.3</b>	<b>6.4</b>	<b>5.6</b>	<b>6.4</b>	<b>4.6</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Yukon, Territoires du Nord-Ouest et Nunavut</b>					
5.5	4.8	5.6	5.1	9.3	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
x	x	x	x	x	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
-7.1	-	-	-	-6.7	Magasins de vêtements pour femmes
x	x	x	x	x	Autres magasins de vêtements
-3.5	2.2	4.7	7.9	11.8	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
21.4	60.0	37.5	100.0	75.0	Magasins d'accessoires d'ameublement
x	x	x	x	x	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
x	x	x	x	x	Stations-service
x	x	x	x	x	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
7.1	4.3	2.2	5.8	7.4	Magasins de marchandises diverses
3.9	2.6	-	10.2	1.3	Autres magasins de produits semi-durables
6.5	-3.1	6.9	14.3	-4.6	Autres magasins de produits durables
11.4	9.8	11.3	-	10.7	Autres magasins de vente au détail
<b>7.5</b>	<b>3.2</b>	<b>5.7</b>	<b>7.3</b>	<b>6.9</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 3

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region**  
**(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter IV 2000 Trimestre IV	Quarter III 2000 Trimestre III	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Yukon</b>					
Supermarkets and grocery stores	26.5	28.1	26.1	22.5	25.4
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	x
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	x	x	x	x	x
Other clothing stores	x	x	x	x	x
Household furniture and appliance stores	x	x	x	x	x
Household furnishings stores	x	x	x	x	x
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	x	x	x	x	x
Gasoline service stations	x	x	x	x	x
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	x
General merchandise stores	x	x	x	x	x
Other semi-durable goods stores	x	x	x	2.4	3.8
Other durable goods stores	x	x	x	x	x
Other retail stores	x	x	x	x	x
<b>Total, all stores</b>	<b>85.4</b>	<b>94.8</b>	<b>93.8</b>	<b>69.7</b>	<b>81.4</b>
<b>Nunavut</b>					
Supermarkets and grocery stores	8.1	7.7	8.5	6.9	7.7
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	x
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	x	x	x	x	x
Other clothing stores	x	x	x	x	x
Household furniture and appliance stores	x	x	x	x	x
Household furnishings stores	x	x	x	x	x
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	x	x	x	x	x
Gasoline service stations	x	x	x	x	x
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	x
General merchandise stores	x	x	x	x	x
Other semi-durable goods stores	x	x	x	x	x
Other durable goods stores	x	x	x	x	x
Other retail stores	x	x	x	x	x
<b>Total, all stores</b>	<b>50.5</b>	<b>46.4</b>	<b>46.2</b>	<b>41.5</b>	<b>46.3</b>

Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter IV 2000 Trimestre IV	Quarter III 2000 Trimestre III	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	
Per cent – Pourcentage					
					<b>Yukon</b>
4.3	6.4	4.4	3.2	5.4	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
x	x	x	x	x	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour femmes
x	x	x	x	x	Autres magasins de vêtements
x	x	x	x	x	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
x	x	x	x	x	Magasins d'accessoires d'ameublement
x	x	x	x	x	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
x	x	x	x	x	Stations-service
x	x	x	x	x	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
x	x	x	x	x	Magasins de marchandises diverses
x	x	x	4.3	-	Autres magasins de produits semi-durables
x	x	x	x	-	Autres magasins de produits durables
x	x	x	x	x	Autres magasins de vente au détail
<b>4.9</b>	<b>1.0</b>	<b>6.0</b>	<b>6.4</b>	<b>5.4</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
					<b>Nunavut</b>
5.2	5.5	3.7	4.5		Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x		Tous les autres magasins d'alimentation
x	x	x	x		Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x		Magasins de chaussures
x	x	x	x		Magasins de vêtements pour hommes
x	x	x	x		Magasins de vêtements pour femmes
x	x	x	x		Autres magasins de vêtements
x	x	x	x		Magasins de meubles et d'appareils ménagers
x	x	x	x		Magasins d'accessoires d'ameublement
x	x	x	x		Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
x	x	x	x		Stations-service
x	x	x	x		Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
x	x	x	x		Magasins de marchandises diverses
x	x	x	x		Autres magasins de produits semi-durables
x	x	x	x		Autres magasins de produits durables
x	x	x	x		Autres magasins de vente au détail
<b>9.1</b>	<b>5.9</b>	<b>3.4</b>	<b>7.2</b>		<b>Total, ensemble des magasins</b>



Table 3

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter IV 2000 Trimestre IV	Quarter III 2000 Trimestre III	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Northwest Territories</b>					
Supermarkets and grocery stores	22.5	22.9	22.1	19.9	21.1
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	x
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	x	x	x	x	x
Other clothing stores	x	x	x	x	x
Household furniture and appliance stores	x	x	x	x	x
Household furnishings stores	x	x	x	x	x
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	18.8	20.9	20.5	x	15.7
Gasoline service stations	5.8	5.5	4.7	x	6.1
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	x
General merchandise stores	x	x	x	x	x
Other semi-durable goods stores	x	x	x	x	x
Other durable goods stores	3.3	2.3	3.0	1.9	3.1
Other retail stores	x	x	x	x	x
<b>Total, all stores</b>	<b>105.8</b>	<b>101.5</b>	<b>98.7</b>	<b>90.2</b>	<b>97.2</b>

Tableau 3

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations trimestrielles)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter IV 2000 Trimestre IV	Quarter III 2000 Trimestre III	Quarter II 2000 Trimestre II	Quarter I 2000 Trimestre I	Quarter IV 1999 Trimestre IV	
Per cent – Pourcentage					
					<b>Territoires du Nord-Ouest</b>
6.6	3.2	7.3	7.6		Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x		Tous les autres magasins d'alimentation
x	x	x	x		Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x		Magasins de chaussures
x	x	x	x		Magasins de vêtements pour hommes
x	x	x	x		Magasins de vêtements pour femmes
x	x	x	x		Autres magasins de vêtements
x	x	x	x		Magasins de meubles et d'appareils ménagers
x	x	x	x		Magasins d'accessoires d'ameublement
19.7	-	6.2	x		Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
-4.9	1.9	9.3	x		Stations-service
x	x	x	x		Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
x	x	x	x		Magasins de marchandises diverses
x	x	x	x		Autres magasins de produits semi-durables
6.5	-4.2	3.4	5.6		Autres magasins de produits durables
x	x	x	x		Autres magasins de vente au détail
8.8	4.1	6.5	8.0		<b>Total, ensemble des magasins</b>

Table 4

**Retail Trade Sample Response Fraction and coefficient of Variation  
(Current Periods)**

	Response fraction Fraction de réponse			
	December 2000 Décembre	November 2000 Novembre	October 2000 Octobre	September 2000 Septembre
	Per cent – Pourcentage			
<b>Trade Group - Canada</b>				
Supermarkets and grocery stores	93.0	94.6	95.1	95.7
All other food stores	86.3	88.3	87.3	90.2
Drugs and patent medicine stores	90.6	90.5	90.8	90.9
Shoe stores	86.9	93.9	93.2	92.2
Men's clothing stores	92.3	94.5	94.6	94.6
Women's clothing stores	93.3	94.1	94.7	94.3
Other clothing stores	94.5	95.4	93.6	94.3
Household furniture and appliance stores	94.5	94.2	93.0	92.8
Household furnishings stores	85.1	89.4	86.7	85.8
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	93.9	95.0	94.0	94.9
Gasoline service stations	92.0	88.7	93.3	93.9
Automotive parts, accessories and services	92.4	93.5	92.1	93.1
General merchandise stores	97.9	98.4	98.3	98.3
Other semi-durable goods stores	90.1	89.2	88.5	90.0
Other durable goods stores	89.4	91.2	89.3	90.5
Other retail stores	94.2	93.8	93.1	94.2
<b>Total, all stores</b>	<b>93.4</b>	<b>94.0</b>	<b>93.8</b>	<b>94.4</b>
<b>Regions</b>				
Newfoundland	94.1	94.2	95.0	96.0
Prince Edward Island	93.8	93.2	92.8	93.7
Nova Scotia	96.0	94.7	94.5	95.6
New Brunswick	93.1	92.3	91.9	92.5
Quebec	92.2	92.6	93.0	94.2
Ontario	94.1	94.6	94.2	94.8
Manitoba	93.1	93.7	93.3	93.2
Saskatchewan	92.3	93.9	94.2	94.3
Alberta	94.3	95.4	94.2	93.7
British Columbia	92.5	93.2	93.8	94.9
Yukon	90.0	90.3	89.6	88.6
Northwest Territories	93.2	95.4	93.7	94.3
Nunavut	90.5	98.9	89.5	91.9

Tableau 4

**Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation  
(périodes courantes)**

Coefficient of variation Coefficient de variation				
December 2000 Décembre	November 2000 Novembre	October 2000 Octobre	September 2000 Septembre	
Per cent – Pourcentage				
<b>Groupe de commerce - Canada</b>				
1.5	1.8	1.8	1.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries
5.7	6.1	6.3	6.3	Tous les autres magasins d'alimentation
2.1	2.3	2.4	2.3	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
1.9	2.6	2.7	2.8	Magasins de chaussures
3.3	3.6	3.6	3.6	Magasins de vêtements pour hommes
2.4	3.1	3.8	4.5	Magasins de vêtements pour femmes
2.0	2.2	2.3	2.7	Autres magasins de vêtements
3.2	3.5	4.0	4.0	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
3.9	4.3	5.0	4.5	Magasins d'accessoires d'ameublement
3.4	4.1	4.1	4.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
2.8	3.3	3.3	3.1	Stations-service
2.3	2.8	3.0	3.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
0.7	1.0	1.1	1.2	Magasins de marchandises diverses
3.9	4.6	4.9	4.9	Autres magasins de produits semi-durables
3.7	4.2	4.1	4.1	Autres magasins de produits durables
1.5	2.6	2.4	3.5	Autres magasins de vente au détail
<b>0.8</b>	<b>1.2</b>	<b>1.2</b>	<b>1.3</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
<b>Régions</b>				
2.7	4.9	5.3	5.7	Terre-Neuve
1.2	1.8	1.9	1.6	Île-du-Prince-Édouard
2.4	5.0	4.4	5.1	Nouvelle-Écosse
2.3	3.4	3.7	4.4	Nouveau-Brunswick
2.0	2.9	3.1	3.0	Québec
1.6	2.2	2.2	2.4	Ontario
1.8	2.1	2.4	2.5	Manitoba
2.0	2.1	2.5	2.7	Saskatchewan
1.9	2.8	2.7	3.0	Alberta
1.4	1.9	2.0	2.0	Colombie-Britannique
0.2	0.4	0.6	0.4	Yukon
-	-	-	-	Territoires du Nord Ouest
-	-	-	-	Nunavut

Table 5

**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Historical Estimates)**

	December 2000 Décembre	November 2000 Novembre	October 2000 Octobre	September 2000 Septembre	August 2000 Août	July 2000 Juillet	June 2000 Juin
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Trade Group - Canada</b>							
Supermarkets and grocery stores	4,939.7	4,815.2	4,800.8	4,772.0	4,755.9	4,739.5	4,677.6
All other food stores	382.2	379.4	381.7	380.6	381.4	378.0	374.4
Drugs and patent medicine stores	1,151.2	1,160.2	1,151.4	1,146.2	1,135.6	1,143.0	1,133.5
Shoe stores	135.6	131.2	135.5	136.0	131.9	136.2	133.1
Men's clothing stores	121.5	121.4	125.3	128.7	131.7	133.7	132.8
Women's clothing stores	383.8	389.1	394.6	395.9	382.6	381.0	384.1
Other clothing stores	632.1	640.3	625.2	640.8	608.5	616.5	603.2
Household furniture and appliance stores	1,046.2	1,035.1	1,035.7	1,045.0	1,024.9	1,035.7	1,020.1
Household furnishings stores	242.4	252.6	247.4	243.6	238.5	242.4	231.2
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	6,068.0	6,086.4	5,988.6	6,305.3	6,313.4	6,258.3	6,172.6
Gasoline service stations	1,995.0	1,987.6	1,945.5	1,915.1	1,832.7	1,860.9	1,837.9
Automotive parts, accessories and services	1,374.7	1,326.6	1,329.6	1,301.8	1,334.1	1,322.4	1,280.7
General merchandise stores	2,687.9	2,623.9	2,662.9	2,588.1	2,611.0	2,655.2	2,604.5
Other semi-durable goods stores	721.0	721.2	736.6	737.0	738.9	752.1	732.8
Other durable goods stores	640.4	640.0	632.0	629.5	630.6	615.8	619.3
Other retail stores	1,140.6	1,137.1	1,152.7	1,136.0	1,131.6	1,116.7	1,113.2
<b>Total, all stores</b>	<b>23,662.2</b>	<b>23,447.1</b>	<b>23,345.5</b>	<b>23,501.6</b>	<b>23,383.4</b>	<b>23,387.4</b>	<b>23,051.0</b>
<b>Regions</b>							
Newfoundland	377.7	381.7	376.0	377.3	380.1	377.3	376.8
Prince Edward Island	105.9	103.6	102.1	104.7	104.5	105.0	103.4
Nova Scotia	735.9	721.3	704.2	715.8	712.6	723.4	715.4
New Brunswick	581.9	584.8	572.2	582.3	582.6	574.3	577.2
Quebec	5,401.3	5,287.6	5,372.3	5,384.5	5,365.4	5,397.3	5,254.7
Ontario	9,070.3	9,024.8	9,004.5	9,060.6	8,996.1	8,978.0	8,854.5
Manitoba	790.4	788.0	783.6	787.7	793.2	796.5	778.7
Saskatchewan	674.9	678.0	669.1	681.0	684.5	684.7	683.8
Alberta	2,733.9	2,722.6	2,681.9	2,707.6	2,684.2	2,697.4	2,656.7
British Columbia	3,108.0	3,076.3	3,000.1	3,023.0	3,003.8	2,978.1	2,974.6
Yukon	30.2	28.5	29.0	28.1	28.3	27.9	28.7
Northwest Territories	36.4	33.9	34.0	33.0	32.7	32.7	31.3
Nunavut	15.3	16.0	16.5	15.9	15.4	14.8	15.1



Tableau 5

Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations historiques)

May 2000 Mai	April 2000 Avril	March 2000 Mars	February 2000 Février	January 2000 Janvier	December 1999 Décembre	
Millions of dollars – Millions de dollars						
4,655.6	4,720.9	4,640.9	4,606.1	4,496.2	4,663.7	<b>Groupe de commerce - Canada</b>
374.1	375.3	372.9	373.6	370.5	374.4	Supermarchés d'alimentation et épiceries
1,123.9	1,129.2	1,109.0	1,111.1	1,121.2	1,117.5	Tous les autres magasins d'alimentation
						Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
132.9	129.9	143.6	137.4	137.7	136.5	Magasins de chaussures
131.7	126.1	132.1	130.6	128.1	128.0	Magasins de vêtements pour hommes
381.8	371.3	390.2	377.2	385.5	380.3	Magasins de vêtements pour femmes
591.4	597.8	592.8	579.0	586.0	562.3	Autres magasins de vêtements
1,026.4	1,024.4	1,011.7	987.5	998.5	970.9	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
233.8	231.6	229.4	229.7	224.7	222.1	Magasins d'accessoires d'ameublement
6,048.6	5,945.0	6,114.7	5,829.8	6,146.8	6,107.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
1,778.6	1,772.3	1,812.5	1,780.7	1,667.4	1,690.9	Stations-service
1,302.7	1,240.3	1,325.6	1,276.0	1,267.8	1,312.0	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
2,570.7	2,563.9	2,536.0	2,544.8	2,596.1	2,482.0	Magasins de marchandises diverses
719.0	712.9	726.9	703.1	745.1	684.6	Autres magasins de produits semi-durables
611.4	588.2	608.3	612.6	606.8	596.1	Autres magasins de produits durables
1,105.2	1,093.3	1,092.8	1,079.7	1,066.6	1,089.2	Autres magasins de vente au détail
<b>22,787.9</b>	<b>22,622.4</b>	<b>22,839.6</b>	<b>22,358.9</b>	<b>22,544.9</b>	<b>22,518.2</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
						<b>Régions</b>
371.7	373.6	372.4	362.0	364.9	360.0	Terre-Neuve
103.1	104.6	101.2	102.5	99.4	101.8	Île-du-Prince-Édouard
696.4	699.6	707.2	697.5	673.3	704.7	Nouvelle-Écosse
572.8	573.2	590.0	559.4	566.7	570.9	Nouveau-Brunswick
5,172.5	5,181.4	5,307.0	5,122.1	5,240.1	5,199.4	Québec
8,801.4	8,625.4	8,700.8	8,523.1	8,606.3	8,548.3	Ontario
779.9	770.9	779.0	776.6	769.9	778.0	Manitoba
678.8	664.2	679.1	665.9	666.4	673.5	Saskatchewan
2,630.2	2,630.8	2,605.8	2,572.2	2,582.0	2,577.4	Alberta
2,905.8	2,922.3	2,918.7	2,902.2	2,900.9	2,928.4	Colombie-Britannique
28.8	29.2	29.0	28.5	27.9	28.5	Yukon
31.3	31.9	33.6	32.2	32.3	32.8	Territoires du Nord Ouest
15.1	15.2	15.6	14.7	14.9	14.5	Nunavut

Table 6

**Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region  
(Historical Estimates)**

	December 2000 Décembre	November 2000 Novembre	October 2000 Octobre	September 2000 Septembre	August 2000 Août	July 2000 Juillet	June 2000 Juin
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Trade Group - Canada</b>							
Supermarkets and grocery stores	5,385.3	4,654.1	4,567.8	4,906.2	4,897.8	4,928.8	4,899.7
All other food stores	485.2	363.8	364.8	374.5	384.2	394.2	393.7
Drugs and patent medicine stores	1,423.4	1,163.8	1,143.1	1,120.8	1,126.7	1,106.2	1,123.0
Shoe stores	180.2	143.9	146.3	151.2	137.2	126.5	144.1
Men's clothing stores	245.1	147.9	126.8	125.5	112.9	115.8	141.8
Women's clothing stores	620.4	421.1	401.6	431.7	364.7	362.1	386.8
Other clothing stores	1,069.8	716.3	654.1	693.8	658.8	559.6	561.7
Household furniture and appliance stores	1,560.7	1,126.4	1,055.5	1,101.0	1,042.0	1,019.9	993.0
Household furnishings stores	298.4	292.9	259.7	249.7	248.3	245.4	238.6
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,037.1	5,660.3	5,666.2	6,435.1	6,680.2	6,430.5	7,376.7
Gasoline service stations	1,970.6	1,973.5	1,997.9	1,955.4	1,983.3	2,016.2	1,945.3
Automotive parts, accessories and services	1,496.0	1,494.8	1,334.6	1,267.3	1,365.9	1,392.3	1,418.8
General merchandise stores	4,425.7	3,160.7	2,696.2	2,508.2	2,564.2	2,485.3	2,540.1
Other semi-durable goods stores	1,090.8	775.6	706.6	753.5	788.3	786.1	789.1
Other durable goods stores	1,191.0	626.1	548.2	609.9	674.2	619.0	619.5
Other retail stores	1,615.1	1,090.1	1,096.2	1,171.8	1,217.1	1,233.3	1,208.9
<b>Total, all stores</b>	<b>28,094.8</b>	<b>23,811.3</b>	<b>22,765.6</b>	<b>23,855.6</b>	<b>24,245.8</b>	<b>23,821.2</b>	<b>24,780.8</b>
<b>Regions</b>							
Newfoundland	447.1	401.5	362.6	379.5	407.8	393.3	417.0
Prince Edward Island	125.1	101.1	97.1	106.9	122.5	123.3	117.2
Nova Scotia	885.4	737.0	678.4	715.4	747.5	756.2	788.9
New Brunswick	687.0	594.4	556.8	592.3	623.4	599.8	632.5
Quebec	6,007.8	5,302.8	5,260.2	5,435.0	5,633.4	5,524.3	5,709.5
Ontario	11,017.9	9,336.9	8,738.7	9,264.9	9,186.1	9,045.4	9,562.9
Manitoba	966.2	797.2	769.1	804.2	815.6	794.5	831.2
Saskatchewan	814.2	691.0	675.3	690.0	714.0	696.6	724.9
Alberta	3,312.5	2,761.1	2,639.4	2,743.5	2,767.0	2,718.2	2,798.7
British Columbia	3,738.7	3,015.8	2,911.7	3,046.9	3,146.3	3,086.3	3,114.0
Yukon	32.6	25.6	27.1	28.9	32.9	33.1	34.2
Northwest Territories	41.9	31.6	32.2	32.9	33.4	35.2	35.0
Nunavut	18.4	15.2	16.9	15.4	16.0	15.0	14.7

Tableau 6

Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région  
(estimations historiques)

May 2000 Mai	April 2000 Avril	March 2000 Mars	February 2000 Février	January 2000 Janvier	December 1999 Décembre	Year 2000 Année	
Millions of dollars – Millions de dollars							
							<b>Groupe de commerce - Canada</b>
4,682.4	4,658.9	4,611.8	4,181.9	4,313.4	5,077.3	56,687.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries
381.0	379.4	354.8	332.6	321.0	473.0	4,529.2	Tous les autres magasins d'alimentation
1,118.6	1,078.7	1,101.3	1,043.4	1,070.6	1,415.9	13,619.7	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
154.8	129.8	116.6	83.3	105.5	178.1	1,619.4	Magasins de chaussures
126.9	110.8	102.1	83.9	98.7	261.0	1,538.2	Magasins de vêtements pour hommes
408.8	355.9	331.8	264.1	276.1	612.4	4,625.0	Magasins de vêtements pour femmes
554.3	532.8	513.3	394.2	424.8	969.1	7,333.6	Autres magasins de vêtements
940.1	901.7	912.5	791.8	828.9	1,454.4	12,273.6	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
236.1	207.5	214.4	185.6	171.3	281.9	2,848.0	Magasins d'accessoires d'ameublement
7,559.6	6,370.7	6,599.5	4,854.5	4,648.2	5,371.1	73,318.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
1,838.8	1,640.3	1,746.2	1,579.4	1,525.5	1,698.2	22,172.5	Stations-service
1,482.3	1,195.0	1,201.7	985.7	1,050.7	1,461.4	15,685.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
2,525.8	2,361.0	2,223.6	1,886.2	1,929.0	4,147.0	31,306.1	Magasins de marchandises diverses
821.6	632.7	570.0	503.7	537.8	1,064.1	8,755.8	Autres magasins de produits semi-durables
606.3	526.0	498.1	455.8	485.8	1,127.6	7,459.8	Autres magasins de produits durables
1,119.3	1,000.0	977.7	837.9	811.2	1,558.8	13,378.5	Autres magasins de vente au détail
<b>24,557.0</b>	<b>22,081.1</b>	<b>22,075.5</b>	<b>18,463.9</b>	<b>18,598.5</b>	<b>27,151.3</b>	<b>277,151.1</b>	<b>Total, ensemble des magasins</b>
							<b>Régions</b>
402.9	358.8	357.7	285.5	280.8	435.7	4,494.5	Terre-Neuve
109.4	94.6	87.6	78.0	75.4	121.2	1,238.3	Île-du-Prince-Édouard
730.1	670.8	666.9	577.2	552.7	857.9	8,506.4	Nouvelle-Écosse
627.8	555.7	552.7	444.5	443.4	683.1	6,910.2	Nouveau-Brunswick
5,798.3	5,268.4	5,199.3	4,184.5	4,250.7	5,883.1	63,574.1	Québec
9,456.3	8,283.3	8,350.0	7,013.7	7,055.5	10,609.3	106,311.6	Ontario
820.0	749.4	765.7	648.6	641.8	963.3	9,403.6	Manitoba
709.0	643.0	639.4	548.6	564.5	819.7	8,110.4	Saskatchewan
2,798.0	2,548.9	2,531.7	2,124.4	2,179.4	3,167.7	31,922.9	Alberta
3,024.8	2,833.7	2,847.3	2,496.7	2,492.4	3,524.4	35,754.6	Colombie-Britannique
32.6	27.0	26.9	21.2	21.6	31.3	343.7	Yukon
31.9	31.8	34.9	28.0	27.3	37.4	396.2	Territoires du Nord Ouest
15.7	15.7	15.5	13.1	13.0	17.3	184.6	Nunavut

Table 7

**Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region  
(Current Periods)**

	Sales Ventes				
	December 2000 Décembre	November 2000 Novembre	October 2000 Octobre	September 2000 Septembre	Year-to-date 2000 Cumulatif
Millions of dollars – Millions de dollars					
<b>Regions</b>					
Newfoundland	191.4	151.9	122.3	112.1	1,364.7
Prince Edward Island	49.9	33.7	29.7	32.2	374.4
Nova Scotia	365.0	259.3	218.1	211.6	2,584.9
New Brunswick	274.8	203.2	174.7	168.7	2,002.0
Quebec	2,397.2	1,734.2	1,675.6	1,686.7	19,731.5
Ontario	5,006.7	3,586.1	3,156.6	3,176.1	37,116.1
Manitoba	381.5	263.5	235.1	226.4	2,803.8
Saskatchewan	330.9	243.2	218.2	208.9	2,570.9
Alberta	1,412.2	974.9	864.8	860.8	10,246.7
British Columbia	1,653.1	1,093.1	1,010.7	1,029.8	12,205.5
Yukon	9.6	6.5	6.2	6.7	79.6
Northwest Territories	18.1	12.8	12.6	12.7	150.5
Nunavut	15.1	12.3	13.6	12.5	148.6
<b>Total</b>	<b>12,105.5</b>	<b>8,574.7</b>	<b>7,738.2</b>	<b>7,745.3</b>	<b>91,379.2</b>

Table 8

**Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region  
(Historical Estimates)**

	December 2000 Décembre	November 2000 Novembre	October 2000 Octobre	September 2000 Septembre	August 2000 Août	July 2000 Juillet	June 2000 Juin
Millions of dollars – Millions de dollars							
<b>Regions</b>							
Newfoundland	191.4	151.9	122.3	112.1	118.5	107.9	108.9
Prince Edward Island	49.9	33.7	29.7	32.2	39.0	36.7	32.6
Nova Scotia	365.0	259.3	218.1	211.6	216.5	209.1	212.9
New Brunswick	274.8	203.2	174.7	168.7	171.9	157.1	161.8
Quebec	2,397.2	1,734.2	1,675.6	1,686.7	1,681.8	1,666.9	1,717.8
Ontario	5,006.7	3,586.1	3,156.6	3,176.1	3,100.0	2,979.2	3,026.1
Manitoba	381.5	263.5	235.1	226.4	237.0	224.0	229.7
Saskatchewan	330.9	243.2	218.2	208.9	218.2	202.5	214.2
Alberta	1,412.2	974.9	864.8	860.8	872.4	815.9	817.7
British Columbia	1,653.1	1,093.1	1,010.7	1,029.8	1,029.0	994.1	984.1
Yukon	9.6	6.5	6.2	6.7	7.8	7.6	7.1
Northwest Territories	18.1	12.8	12.6	12.7	12.2	12.7	13.3
Nunavut	15.1	12.3	13.6	12.5	13.0	12.1	11.7
<b>Total</b>	<b>12,105.5</b>	<b>8,574.7</b>	<b>7,738.2</b>	<b>7,745.3</b>	<b>7,717.2</b>	<b>7,425.8</b>	<b>7,537.8</b>

Tableau 7

Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région  
(périodes courantes)Change from previous year  
Variation par rapport à l'année précédente

December 2000 Décembre	November 2000 Novembre	October 2000 Octobre	September 2000 Septembre	Year-to-date 2000 Cumulatif	
Per cent – Pourcentage					
					Régions
4.7	2.8	2.0	1.6	4.6	Terre-Neuve
2.9	0.3	-0.3	3.9	4.6	Île-du-Prince-Édouard
1.3	-0.7	-1.4	2.7	2.4	Nouvelle-Écosse
2.7	2.3	2.2	6.5	4.9	Nouveau-Brunswick
4.0	4.1	0.4	7.5	4.6	Québec
6.2	9.2	3.0	7.4	6.0	Ontario
2.0	5.1	-0.3	1.9	3.4	Manitoba
-0.6	4.6	-0.9	4.1	3.1	Saskatchewan
7.2	9.8	5.3	7.5	6.9	Alberta
5.3	5.4	2.0	3.5	4.1	Colombie-Britannique
3.2	1.6	1.6	-	6.0	Yukon
7.7	6.7	0.8	5.8	4.7	Territoires du Nord Ouest
7.1	6.0	13.3	6.8	6.3	Nunavut
5.2	6.8	2.2	6.4	5.2	Total

Tableau 8

Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région  
(estimations historiques)

May 2000 Mai	April 2000 Avril	March 2000 Mars	February 2000 Février	January 2000 Janvier	December 1999 Décembre	Year 2000 Année	
Millions of dollars – Millions de dollars							
							Régions
103.4	99.8	92.4	77.8	78.3	182.8	1,364.7	Terre-Neuve
28.8	26.4	24.1	21.2	20.1	48.5	374.4	Île-du-Prince-Édouard
198.2	193.0	185.8	160.5	154.9	360.3	2,584.9	Nouvelle-Écosse
159.5	147.2	141.4	120.6	121.1	267.6	2,002.0	Nouveau-Brunswick
1,701.2	1,541.3	1,425.1	1,199.7	1,304.0	2,305.6	19,731.5	Québec
3,051.7	2,702.5	2,634.0	2,303.4	2,393.7	4,712.8	37,116.1	Ontario
228.3	213.7	209.5	177.2	177.9	374.1	2,803.8	Manitoba
211.9	194.3	187.3	167.6	173.7	332.9	2,570.9	Saskatchewan
807.6	768.1	747.7	645.1	659.5	1,317.2	10,246.7	Alberta
971.5	920.8	905.8	793.3	820.2	1,569.5	12,205.5	Colombie-Britannique
6.5	5.8	6.2	4.8	4.8	9.3	79.6	Yukon
12.6	11.6	12.0	10.3	9.6	16.8	150.5	Territoires du Nord Ouest
12.3	12.5	12.5	10.5	10.5	14.1	148.6	Nunavut
7,493.5	6,836.9	6,583.8	5,692.0	5,928.5	11,511.5	91,379.2	Total



Table 9

## Retail Sales, Canada, Current and Constant (1992) Dollar Estimates

	Price Index	Current Dollars	Unadjusted Non désaisonnalisé Year to year per cent change Variation en pourcentage pour l'année	Constant 1992 dollars Dollars constants 1992	Year to year per cent change Variation en pourcentage pour l'année
	Indice des prix	Dollars courants			
		Millions \$	%	Millions \$	%
<b>1998</b>					
January	107.6	17,223.5	4.8	16,010.9	3.9
February	107.7	16,271.3	4.2	15,108.5	4.0
March	108.7	18,738.1	6.1	17,240.8	5.6
April	108.6	20,804.2	5.1	19,156.7	5.1
May	108.9	22,336.2	2.9	20,512.7	2.5
June	108.8	21,643.7	4.8	19,884.0	4.1
July	107.8	21,696.9	4.7	20,129.8	4.4
August	107.3	20,608.3	1.9	19,207.8	2.0
September	107.6	20,660.5	5.0	19,193.2	4.7
October	107.6	21,078.5	2.1	19,596.3	2.3
November	107.7	20,716.2	2.6	19,243.8	2.4
December	106.1	24,863.5	1.4	23,430.1	1.7
<b>Year</b>	<b>107.9</b>	<b>246,641.0</b>	<b>3.8</b>	<b>228,714.6</b>	<b>3.6</b>
<b>1999</b>					
January	107.9	17,724.5	2.9	16,422.5	2.6
February	108.2	16,936.5	4.1	15,658.8	3.6
March	110.0	20,169.7	7.6	18,335.5	6.3
April	110.4	21,552.2	3.6	19,522.8	1.9
May	110.4	22,659.2	1.4	20,530.3	0.1
June	110.4	22,892.8	5.8	20,728.0	4.2
July	109.9	23,002.3	6.0	20,933.3	4.0
August	110.0	22,168.4	7.6	20,150.1	4.9
September	110.6	22,261.4	7.7	20,125.9	4.9
October	110.2	21,963.3	4.2	19,933.4	1.7
November	110.1	22,208.9	7.2	20,162.6	4.8
December	108.8	27,151.3	9.2	24,949.9	6.5
<b>Year</b>	<b>109.7</b>	<b>260,690.7</b>	<b>5.6</b>	<b>237,453.1</b>	<b>3.8</b>
<b>2000</b>					
January	110.1	18,598.5	4.9	16,896.6	2.9
February	110.7	18,463.9	9.0	16,677.7	6.5
March	112.4	22,075.5	9.4	19,632.4	7.1
April	111.4	22,081.1	2.5	19,829.6	1.6
May	111.8	24,557.0	8.4	21,965.4	7.0
June	112.3	24,780.8	8.2	22,057.3	6.4
July	111.6	23,821.2	3.6	21,351.6	2.0
August	111.4	24,245.8	9.4	21,767.1	8.0
September	111.8	23,855.6	7.2	21,342.3	6.0
October	111.1	22,765.6	3.7	20,488.9	2.8
November	111.8	23,811.3	7.2	21,306.1	5.7
December	110.2	28,094.8	3.5	25,484.3	2.1
<b>Year</b>	<b>111.4</b>	<b>277,151.1</b>	<b>6.4</b>	<b>248,799.3</b>	<b>4.8</b>

1. Seasonally adjusted constant (1992) dollar estimates are derived by deflating, with an implicit price index, the seasonally adjusted current dollar estimate.

Tableau 9

## Commerce de détail, Canada, estimations en dollars courants et constants (1992)

Price Index Indice des prix	Current Dollars Dollars courants	Seasonally adjusted Désaisonnalisé		Constant 1992 dollars <sup>1</sup> Dollars constants 1992 <sup>1</sup>	Month to month per cent change Variation en pourcentage pour le mois	
		Month to month per cent change Variation en pourcentage pour le mois				
	Millions \$	%	Millions \$	%		
						<b>1998</b>
107.7	20,053.5	-3.8	18,617.3	-3.1		Janvier
107.5	20,348.0	1.5	18,926.9	1.7		Février
107.5	20,338.8	0.0	18,923.0	0.0		Mars
107.5	20,727.2	1.9	19,274.8	1.9		Avril
107.9	20,690.3	-0.2	19,170.9	-0.5		Mai
108.0	20,455.0	-1.1	18,931.5	-1.2		Juin
107.8	20,625.3	0.8	19,138.1	1.1		Juillet
107.7	20,560.3	-0.3	19,086.2	-0.3		Août
108.0	20,744.9	0.9	19,202.0	0.6		Septembre
107.9	20,578.6	-0.8	19,068.4	-0.7		Octobre
108.1	20,827.8	1.2	19,269.9	1.1		Novembre
107.9	20,691.3	-0.7	19,174.7	-0.5		Décembre
<b>107.8</b>	<b>246,641.0</b>	<b>...</b>	<b>228,783.7</b>	<b>...</b>		<b>Année</b>
						<b>1999</b>
108.2	21,100.2	2.0	19,507.9	1.7		Janvier
108.1	21,231.3	0.6	19,644.7	0.7		Février
108.7	21,397.1	0.8	19,690.2	0.2		Mars
109.3	21,353.8	-0.2	19,536.4	-0.8		Avril
109.4	21,349.1	0.0	19,507.8	-0.1		Mai
109.5	21,538.6	0.9	19,662.6	0.8		Juin
109.9	21,871.9	1.5	19,906.4	1.2		Juillet
110.4	22,157.5	1.3	20,065.2	0.8		Août
110.9	22,207.3	0.2	20,022.4	-0.2		Septembre
110.6	21,911.9	-1.3	19,818.4	-1.0		Octobre
110.6	22,053.9	0.6	19,944.3	0.6		Novembre
111.0	22,518.2	2.1	20,283.4	1.7		Décembre
<b>109.7</b>	<b>260,690.7</b>	<b>...</b>	<b>237,589.7</b>	<b>...</b>		<b>Année</b>
						<b>2000</b>
110.0	22,544.9	0.1	20,503.0	1.1		Janvier
110.3	22,358.9	-0.8	20,275.5	-1.1		Février
111.2	22,839.6	2.2	20,541.9	1.3		Mars
110.5	22,622.4	-1.0	20,476.8	-0.3		Avril
111.0	22,787.9	0.7	20,529.3	0.3		Mai
111.5	23,051.0	1.2	20,673.1	0.7		Juin
111.4	23,387.4	1.5	20,994.9	1.6		Juillet
111.5	23,383.4	0.0	20,965.9	-0.1		Août
111.9	23,501.6	0.5	20,996.0	0.1		Septembre
111.6	23,345.5	-0.7	20,914.6	-0.4		Octobre
112.2	23,447.1	0.4	20,899.5	-0.1		Novembre
112.3	23,662.2	0.9	21,076.2	0.8		Décembre
<b>111.3</b>	<b>276,931.9</b>	<b>...</b>	<b>248,846.7</b>	<b>...</b>		<b>Année</b>

1. La désaisonnalisation des estimations en dollars constants (1992) s'obtient en dégonflant avec un indice implicite, les données désaisonnalisées en dollars courants.



## APPENDIX I

### Définitions

**Retail Trade**, for the purpose of this publication, is defined as "the aggregate sales made through retail locations (outlets)".

A **retail location**, as defined by Statistics Canada, is a "business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public, for household or personal consumption". Retail trade estimates do **not** include any form of direct selling which bypasses the retail store, e.g., direct door-to-door selling; sales made through automatic vending machines; sales of newspapers or magazines sold directly by printers or publishers; and sales made by book and record clubs. The only exception is the mail-order and catalogue sales activities of department store businesses which have been classified to the "general merchandise store" category. In addition, retail trade excludes retail sales through ancillary units, (e.g., warehouses, head offices, etc.), sales of contractors whose major activity is not retailing; and retail transactions between individuals.

**Total net sales** include sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, food serving and other service activities, **less** returns, adjustments and discounts. Total net sales also include trade-in allowances, commissions earned from sales of goods owned by others (including commissions received for lottery ticket sales) and proprietor's withdrawals of goods for personal use (at retail). Non-operating revenues, bad debts recovered and sales taxes (provincial sales taxes, the Goods and Services Tax (GST) and the Harmonized Sales Tax (HST)) collected for remittance to a government agency are excluded. Prior to January 1991, sales data included the Federal Sales Tax (FST). Due to this change in indirect taxes, data prior to 1991 are not strictly comparable with those of subsequent years. For users interested in deriving comparable data, an estimate of the amount of FST included in retail sales for 1990 is available for Canada from the Retail Trade Section. The reliability of this estimate does not permit adjustments at the provincial level.

**Department store type merchandise (DSTM)** is defined as total retail trade minus the following trade groups: super-markets and grocery stores; all other food stores; recreational and motor vehicle dealers; gasoline service stations; automotive parts, accessories and services; and all other retail stores (includes liquor, wine and beer stores and retail stores, n.e.c.).

## ANNEXE I

### Définitions

**Commerce de détail** signifie, pour les besoins de la présente publication, « l'ensemble des ventes effectuées par des points de vente au détail ».

Un **point de vente au détail**, suivant la définition de Statistique Canada, est un « local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et de services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle ». Les estimations relatives au commerce de détail **ne prennent pas** en compte les ventes directes, c'est-à-dire les ventes qui ne sont pas effectuées par l'intermédiaire d'un point de vente au détail, par exemple les ventes directes par démarchage, les ventes par distributeur automatique, les ventes de journaux ou de revues effectuées directement par les imprimeurs et les éditeurs, et les ventes effectuées par les clubs de livres et les clubs de disques. Il n'y a qu'une exception: les ventes des grands magasins effectuées par la poste ou par catalogue, qui sont classées dans la catégorie des « magasins de marchandises diverses ». En outre, le commerce de détail ne comprend pas les ventes au détail des unités auxiliaires (par exemple, entrepôts, sièges sociaux, etc.), ni les ventes des entrepreneurs dont l'activité principale ne relève pas du commerce de détail, ni les opérations de vente au détail entre particuliers.

**Les ventes nettes totales** comprennent les ventes de marchandises neuves et d'occasion et les recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres activités de services, **moins** la valeur des rendus (marchandises retournées), les ajustements et les rabais. Les ventes totales nettes comprennent également la valeur des reprises, les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui (y compris les commissions touchées pour la vente de billets de loterie) et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel. On ne prend pas en compte les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente (les taxes de vente provinciale, la taxe sur les produits et les services (TPS) et la taxe de vente harmonisée (TVH)) perçues pour le compte d'un organisme public. Les données sur les ventes antérieures à janvier 1991 incluent la taxe de vente fédérale (TVF). Dû à ce changement dans les taxes indirectes, les données avant 1991 ne sont pas tout à fait comparables avec celles des années subséquentes. Pour les utilisateurs intéressés à calculer des données comparables, une estimation du montant de la TVF inclus dans les ventes au détail pour 1990 est disponible pour le Canada auprès de la Section du commerce de détail. Cette estimation n'est pas suffisamment fiable pour permettre des ajustements au niveau provincial.

Les **marchandises du genre de celles vendues dans les grands magasins (MGGM)** correspondent au total du commerce de détail moins les groupes de commerce suivants: les supermarchés d'alimentation et les épiceries; tous les autres magasins d'alimentation; les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs; les stations-service; les magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services; et les autres magasins de vente au détail (comprend les magasins de spiritueux, de vin et de bière et les magasins de vente au détail, n.e.c.).



**APPENDIX II****Trade Group Coverage****010 Supermarkets and Grocery Stores**

- 6011 Supermarkets
- 6012 Grocery stores(except supermarkets)

**020 All Other Food Stores**

- 6013 Bakery products stores
- 6014 Candy and nut stores
- 6015 Fruit and vegetable stores
- 6016 Meat markets
- 6019 Other specialty food stores, n.e.c.

**030 Drugs and Patent Medicine Stores**

- 6031 Pharmacies
- 6032 Patent medicine and toiletries stores

**040 Shoe Stores**

- 6111 Shoe stores

**050 Men's Clothing Stores**

- 6121 Men's clothing stores

**060 Women's Clothing Stores**

- 6131 Women's clothing stores

**070 Other Clothing Stores**

- 6141 Children's clothing stores
- 6142 Fur goods stores
- 6149 Other clothing stores, n.e.c.
- 6151 Fabric and yarn stores

**080 Household Furniture and Appliance Stores**

- 6211 Household furniture stores (with appliances and furnishings)
- 6212 Household furniture stores (without appliances and furnishings)
- 6213 Furniture refinishing and repair shops
- 6221 Appliance, television, radio and stereo stores
- 6222 Television, radio and stereo stores
- 6223 Appliance, television, radio and stereo repair shops

**090 Household Furnishings Stores**

- 6231 Floor covering stores
- 6232 Drapery stores
- 6239 Other household furnishings stores

**ANNEXE II****Couverture des groupes de commerce****010 Supermarchés d'alimentation et épiceries**

- 6011 Supermarchés d'alimentation
- 6012 Épiceries (sauf les supermarchés)

**020 Tous les autres magasins d'alimentation**

- 6013 Boulangeries-pâtisseries
- 6014 Confiseries et magasins de noix
- 6015 Magasins de fruits et légumes
- 6016 Marchés de viande
- 6019 Autres magasins d'alimentation spécialisés, n.c.a.

**030 Pharmacies et magasins de médicaments brevetés**

- 6031 Pharmacies
- 6032 Magasins de médicaments brevetés et de produits de toilette

**040 Magasins de chaussures**

- 6111 Magasins de chaussures

**050 Magasins de vêtements pour hommes**

- 6121 Magasins de vêtements pour hommes

**060 Magasins de vêtements pour dames**

- 6131 Magasins de vêtements pour dames

**070 Autres magasins de vêtements**

- 6141 Magasins de vêtements pour enfants
- 6142 Magasins de fourrures
- 6149 Autres magasins de vêtements, n.c.a.
- 6151 Magasins de tissus et de filés

**080 Magasins de meubles et d'appareils ménagers**

- 6211 Magasins de meubles de maison (avec appareils ménagers et accessoires d'ameublement)
- 6212 Magasins de meubles de maison (sans appareils ménagers ni accessoires d'ameublement)
- 6213 Ateliers de réparation de meubles
- 6221 Magasins d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
- 6222 Magasins de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
- 6223 Ateliers de réparation d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques

**090 Magasins d'accessoires d'ameublement**

- 6231 Magasins de revêtements de sol
- 6232 Magasins de tentures
- 6239 Autres magasins d'accessoires d'ameublement



**100 Motor and Recreational Vehicle Dealers**

6311 Automobile (new) dealers  
 6312 Automobile (used) dealers  
 6321 Motor home and travel trailer dealers

6322 Boats, outboard motors and boating accessories dealers  
 6323 Motorcycle and snowmobile dealers  
 6329 Other recreational vehicle dealers

**110 Gasoline Service Stations**

6331 Gasoline service stations

**120 Automotive Parts, Accessories and Services**

6341 Home and auto supply stores

6342 Tire, battery, parts and accessories stores

6351 Garages (general repairs)  
 6352 Paint and body repair shops  
 6353 Muffler replacement shops  
 6354 Motor vehicle glass replacement shops

6355 Motor vehicle transmission repair and replacement shops

6359 Other motor vehicle repair shops

6391 Car washes

6399 Other motor vehicle services, n.e.c.

**130 General Merchandise Stores**

6411 Department stores  
 6412 General stores  
 6413 Other general merchandise stores (variety and general merchandise stores)

**140 Other Semi-Durable Goods Stores**

6511 Book and stationery stores  
 6521 Florist shops  
 6522 Lawn and garden centres  
 6531 Hardware stores  
 6532 Paint, glass and wallpaper stores  
 6581 Toy and hobby stores  
 6582 Gift, novelty and souvenir stores

**150 Other Durable Goods Stores**

6541 Sporting goods stores  
 6542 Bicycle shops  
 6551 Musical instrument stores  
 6552 Record and tape stores  
 6561 Jewellery stores  
 6562 Watch and jewellery repair shops  
 6571 Camera and photographic supply stores

**100 Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs**

6311 Concessionnaires d'automobiles neuves  
 6312 Concessionnaires d'automobiles d'occasion  
 6321 Marchands de roulottes motorisées et de roulottes de voyage

6322 Marchands de bateaux, de moteurs hors-bord et d'accessoires pour bateaux

6323 Marchands de motocyclettes et de motoneiges

6329 Autres marchands de véhicules de loisir

**110 Stations-service**

6331 Stations-service

**120 Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services**

6341 Magasins de fournitures pour la maison et pour l'automobile

6342 Magasins de pneus, d'accumulateurs, de pièces et d'accessoires

6351 Garages (réparations générales)

6352 Ateliers de peinture et de carrosserie

6353 Ateliers de remplacement de silencieux

6354 Ateliers de remplacement de glaces pour véhicules automobiles

6355 Ateliers de réparation et de remplacement de boîtes de vitesse de véhicules automobiles

6359 Autres ateliers de réparation de véhicules automobiles

6391 Lave-autos

6399 Autres services pour véhicules automobiles, n.c.a.

**130 Magasins de marchandises diverses**

6411 Magasins à rayons

6412 Magasins généraux

6413 Autres magasins de marchandises diverses (bazars et magasins de marchandises diverses)

**140 Autres magasins de produits semi-durables**

6511 Librairies et papeteries

6521 Fleuristes

6522 Centres de jardinage

6531 Quincailleries

6532 Magasins de peinture, de vitre et de papier peint

6581 Magasins de jouets et d'articles de loisir

6582 Magasins de cadeaux, d'articles de fantaisie et de souvenirs

**150 Autres magasins de produits durables**

6541 Magasins d'articles de sport

6542 Magasins de bicyclettes

6551 Magasins d'instruments de musique

6552 Magasins de disques et de bandes magnétiques

6561 Bijouteries

6562 Ateliers de réparation de montres et de bijoux

6571 Magasins d'appareils et de fournitures photographiques

**160 Other Retail Stores**

6021	Liquor stores
6022	Wine stores
6023	Beer stores
6591	Second-hand merchandise stores, n.e.c.
6592	Opticians' shops
6593	Art galleries and artists' supply stores
6594	Luggage and leather goods stores
6595	Monument and tombstone dealers
6596	Pet stores
6597	Coin and stamp dealers
6598	Mobile home dealers
6599	Other retail stores, n.e.c.

**160 Autres magasins de vente au détail**

6021	Magasins de spiritueux
6022	Magasins de vin
6023	Magasins de bière
6591	Magasins de marchandises d'occasion, n.c.a.
6592	Opticiens
6593	Galleries d'art et magasins de fournitures pour artistes
6594	Magasins de bagages et de maroquinerie
6595	Magasins de monuments funéraires et de pierres tombales
6596	Magasins d'animaux de maison
6597	Marchands de pièces de monnaie et de timbres
6598	Marchands de maisons mobiles
6599	Autres magasins de vente au détail, n.c.a.



# ORDER FORM

Statistics Canada

## TO ORDER:



MAIL

Statistics Canada  
Dissemination Division  
Circulation Management  
120 Parkdale Avenue  
Ottawa, Ontario  
K1A 0T6 Canada



PHONE

1 800 267-6677  
(613) 951-7277



FAX

1 877 287-4369  
(613) 951-1584



E-MAIL: [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca)



1 800 363-7629

Telecommunication Device  
for the Hearing Impaired

(Please print)

Company

Department

Attention

Title

Address

City

Province

( )

( )

Postal Code

Phone

Fax

E-mail Address:

Your personal information is protected by the *Privacy Act*.<sup>\*\*</sup>

## METHOD OF PAYMENT:

(Check only one)



Please charge my:



VISA



MasterCard

Card Number

Expiry Date

Cardholder (please print)

Signature



Payment enclosed \$

(payable to the Receiver General for Canada)



Purchase  
Order Number  
(please enclose)

Authorized Signature

Catalogue  
Number

Title

Date of  
issue(s)  
or  
indicate an  
"S" for  
subscription(s)

Price  
(All prices exclude  
sales tax)

\*Shipping Charges  
(Applicable to  
shipments sent  
outside Canada)

Quantity

Total  
\$



\*Shipping charges: No shipping charges for delivery in Canada. For shipments to the United States, please add \$6 per issue or item ordered. For shipments to other countries, please add \$10 per issue or item ordered. Annual frequency = 1. Quarterly frequency = 4. Monthly frequency = 12.



Canadian clients add **either** 7% GST and applicable PST **or** HST (GST Registration No. R121491807).



Clients outside Canada pay in Canadian dollars drawn on a Canadian bank **or** pay in equivalent US dollars, converted at the prevailing daily exchange rate, drawn on a US bank.



Statistics Canada is FIS-ready. Federal government departments and agencies must include with all orders their IS Organization Code \_\_\_\_\_ and IS Reference Code \_\_\_\_\_.



**\*\* Statistics Canada will only use your information to complete this sales transaction, deliver your product(s), and administer your account. From time to time, we may also offer you other Statistics Canada products and services and conduct market research. If you do not wish to be contacted again for promotional purposes ☐ and/or market research, ☐ check as appropriate and fax or mail this page to us, call 1 800 700-1033 or e-mail [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca).**

SUBTOTAL

GST (7%)

Applicable PST

Applicable HST  
(N.S., N.B., Nfld.)

GRAND TOTAL

PF099000



# THANK YOU FOR YOUR ORDER!



Statistics  
Canada

Statistique  
Canada

[www.statcan.ca](http://www.statcan.ca)

Canada





# Discover

WHO HOLDS THE BALANCE  
OF POWER IN CANADA

## INTER-CORPORATE OWNERSHIP

With *Inter-Corporate Ownership (ICO)*, there's no quicker or easier way to get the inside track on competitors or customers! With over 95,000 company listings of both Canadian and foreign-owned firms integrated into one source, *ICO* saves you valuable research time. Discover:

- ▶ who owns and controls which companies
- ▶ to which industry they belong
- ▶ province of residence of head office
- ▶ country of control
- ▶ and much, much more.

Meticulously researched and compiled by our trusted experts and analysts, *ICO* is an indispensable resource for lawyers, financial analysts, journalists, bankers, economists, investors, trade analysts, policy makers, lobbyists, corporate executives, academics and researchers.

### USE *INTER-CORPORATE OWNERSHIP* TO:

- ▶ Tap into new markets by identifying potential new corporate customers for your products.
- ▶ Uncover export opportunities by charting changes in foreign control.
- ▶ Zero in on potential customers by determining which corporations are active in different provinces and regions.
- ▶ Determine global exposure of your customers as you research their multinational relations.

THE BALANCE OF POWER HAS SHIFTED TO YOUR ADVANTAGE. ORDER *INTER-CORPORATE OWNERSHIP* TODAY!

Book: (Cat. No. 61-517-XPB): \$350

CD-ROM Single Quarterly Issue: (Cat. No. 61-517-XCB): \$350

CD-ROM Annual Subscription: (Cat. No. 61-517-XCB): \$995

CALL toll-free 1 800 267-6677 • FAX toll-free 1 800 287-4369

E-MAIL [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca)

MAIL to Statistics Canada, Dissemination Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6, Canada

CONTACT an account executive at your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre for cost-effective queries on individual companies at 1 800 263-1136.

In Canada, please add either GST and applicable PST or HST Shipping charges: no shipping charges for delivery in Canada. For shipments to the United States, please add \$6 per issue or item ordered. For shipments to other countries, please add \$10 per issue or item ordered. (Federal government clients must indicate their IS Organization Code and IS Reference Code on all orders.)

Visit our Web site at [statcan.ca](http://statcan.ca)

# Découvrez

QUI POSSÈDE LA BALANCE  
DES POUVOIRS AU CANADA

## LIENS DE PARENTÉ ENTRE SOCIÉTÉS

*Liens de parenté entre sociétés (LPS)* est le moyen le plus facile et le plus rapide de savoir ce qui se passe dans les coulisses de la concurrence ou de la clientèle! Cette source unique qui compte plus de 95 000 entrées sur des entreprises appartenant à des intérêts canadiens et étrangers vous permettra d'économiser du temps de recherche précieux. Découvrez :

- ▶ qui possède et contrôle quelles entreprises
- ▶ à quel secteur d'activité ces entreprises appartiennent
- ▶ la province de leur siège social
- ▶ le pays de contrôle
- ▶ et beaucoup plus encore.

Le fruit de recherches méticuleuses de la part de nos experts et analystes de confiance, *LPS* contient une mine de renseignements indispensables pour les avocats, les analystes financiers, les journalistes, les banquiers, les économistes, les investisseurs, les analystes du

marché, les décideurs, les lobbyistes, les cadres d'entreprise, les universitaires et les chercheurs.

### UTILISEZ *LIENS DE PARENTÉ ENTRE SOCIÉTÉS* POUR :

- ▶ Percer de nouveaux marchés en identifiant d'éventuelles entreprises clientes pour vos produits.
- ▶ Trouver des débouchés à l'exportation en suivant l'évolution de la propriété étrangère.
- ▶ Cibler d'éventuels clients en déterminant quelles sociétés sont actives dans différentes provinces et régions.
- ▶ Déterminer la visibilité mondiale de vos clients en examinant leurs relations multinationales.

LA BALANCE DES POUVOIRS PENCHE EN VOTRE FAVEUR. COMMANDEZ *LIENS DE PARENTÉ ENTRE SOCIÉTÉS* AUJOURD'HUI!

Livre (n° 61-517-XPB au catalogue) : 350 \$

Numéro trimestriel unique sur CD-ROM : (n° 61-517-XCB au catalogue) : 350 \$

Abonnement annuel sur CD-ROM : (n° 61-517-XCB au catalogue) : 995 \$

APPELEZ sans frais au 1 800 267-6677 • TÉLÉCOPIEZ sans frais au 1 800 287-4369

ENVOYEZ UN COURRIEL à l'adresse [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca)

POSTEZ à Statistique Canada, Division de la diffusion, Gestion de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6, Canada

COMMUNIQUEZ avec un analyste-conseil au Centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près, pour obtenir des renseignements à peu de frais sur des entreprises individuelles, en composant le 1 800 263-1136. Au Canada, veuillez ajouter soit la TPS et la TVP en vigueur, soit la TVH.

Frais de port : aucuns frais pour les envois au Canada. Pour les envois à destination des États-Unis, veuillez ajouter 6 \$ pour chaque numéro ou article commandé. Pour les envois à destination d'autres pays, veuillez ajouter 10 \$ pour chaque numéro ou article commandé. (Les ministères et les organismes du gouvernement fédéral doivent indiquer sur toutes les commandes leur code d'organisme RI et leur code de référence RI.)

Visitez notre site Web à [statcan.ca](http://statcan.ca)





# Are you getting the whole picture?

## Canadian Business Patterns

### Profiling Corporate Canada... one community at a time

Nothing helps you leverage the power of information to profile Canada's business community faster, simpler or more effectively than the *Canadian Business Patterns (CBP)*.

This unique research tool provides detailed and reliable counts of business establishments by:

- nine employment size ranges
- geography groupings by province, metropolitan areas, census agglomerations, census divisions and census subdivisions
- and various levels of industry classification (SIC and NAICS).

### Make better decisions — faster!

Use the *Canadian Business Patterns* to:

- study economic activity
- benchmark statistical surveys
- analyse market potential

### Explore the world of business on disc

The CD-ROM *Canadian Business Patterns* provides you with the speed and reliability you need, combined with the flexibility you demand. Copy text right into your documents and databases, view data on a customized basis, and search, locate and print exactly what you are looking for.

Capture the information that will move your business ahead to realize its full potential. Purchase the *Canadian Business Patterns* today!

### Design your data solutions to your specifications

Statistics Canada offers customized extractions from the *CBP* with your choice of geography, industry or one or more of the standard employment size ranges. We can also provide custom tabulations such as revenue-related data, non-standard geographies (e.g. enumeration areas) or your own employment size ranges starting at \$150. For more information, contact your nearest Statistics Canada regional office at 1 800 263-1136.

In Canada, please add either GST and applicable PST or HST. Shipping charges for delivery in Canada. For shipments to the United States, please add \$6 per item ordered. For shipments to other countries, please add \$10 per item ordered. Federal government clients must indicate their IS Organization Code and IS Reference Code on all orders.

# Avez-vous vraiment une vue d'ensemble?

## Structure des industries canadiennes

### Le profil de l'entreprise au Canada... une collectivité à la fois

Pour mettre à profit la puissance de l'information et dresser un profil du milieu des affaires au Canada avec plus de facilité, d'efficacité ou de rapidité, il n'y a rien de mieux que la *Structure des industries canadiennes (SIC)*.

Il s'agit d'un instrument de recherche unique qui fournit des données détaillées et fiables sur les établissements commerciaux, en fonction :

- de neuf tranches d'effectif;
- de groupements géographiques (provinces, régions métropolitaines, agglomérations de recensement, divisions de recensement et subdivisions de recensement)
- et de divers niveaux de classification des industries (CTI et SCIAN).

### Prenez des décisions éclairées... plus rapidement!

Utilisez la *Structure des industries canadiennes* pour :

- étudier l'activité économique
- étalonner les estimations d'enquêtes statistiques
- analyser les possibilités qu'offrent les marchés

### Explorez le milieu des affaires à partir d'un CD-ROM

Le CD-ROM *Structure des industries canadiennes* vous offre rapidité de consultation et fiabilité, conjuguées à la souplesse que vous recherchez. Il vous permet de copier du texte directement dans vos documents et bases de données, de personnaliser la présentation des données ainsi que de trouver et d'imprimer exactement ce que vous cherchez.

Mettez à profit l'information et les connaissances qui donneront une longueur d'avance à votre entreprise et lui permettront d'exploiter à fond tout son potentiel. Achetez la *Structure des industries canadiennes* DES AUJOURD'HUI!

CD-ROM semi-annuel (n° 61F0040XDB au cat.) : à partir de 150 \$ • TEL. : 1 888 553-9993

TELEC. : (613) 951-6274 • FAX : COURRIER :

Statistique Canada, Division du  
Registre des entreprises,  
120, avenue Parkdale, Ottawa  
(Ontario), K1A 0T6, Canada.  
COURRIEL :  
[france.couture@statcan.ca](mailto:france.couture@statcan.ca)  
ou [diane.morin@statcan.ca](mailto:diane.morin@statcan.ca)

CD-ROM Semi-annuel (Cat. No. 61F0040XDB): starting from \$150  
CALL 1 888 553-9993 • FAX (613) 951-6274  
MAIL to Statistics Canada,  
Business Register Division,  
120 Parkdale Avenue, Ottawa,  
Ontario, K1A 0T6, Canada.  
E-MAIL  
[france.couture@statcan.ca](mailto:france.couture@statcan.ca) or  
[diane.morin@statcan.ca](mailto:diane.morin@statcan.ca)

### EXCLUSIVE OFFER! Buy 2 and get 40% off!

Purchase the *Canadian Business Patterns* for two reference periods and get 40% off the price of the second one!

Order today!

### OFFRE EXCLUSIVE! Réduction de 40 % à l'achat d'un deuxième numéro!

Achetez deux périodes de référence de la *Structure des industries canadiennes* et obtenez une réduction de 40 % sur le deuxième numéro!

Commandez dès aujourd'hui!

Visit our Web site at [statcan.ca](http://statcan.ca)

Visitez notre site Web à [statcan.ca](http://statcan.ca)









